



भारत का राजपत्र The Gazette of India

असाधारण

EXTRAORDINARY

भाग III—खण्ड 4

PART III—Section 4

प्राधिकार से प्रकाशित

PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 149]

No. 149]

नई दिल्ली, सोमवार, सितम्बर 1, 2008/भद्र 10, 1930

NEW DELHI, MONDAY, SEPTEMBER 1, 2008/BHADRA 10, 1930

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण

अधिसूचना

नई दिल्ली, 1 सितम्बर, 2008

दूरसंचार टैरिफ (अड़तालीसवां संशोधन) आदेश, 2008

(2008 का संख्यांक 3)

सं. 301-31/2007-आर्थिक.— भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 11 की उप-धारा (1) के खंड (ख) उप-खंड (i) के साथ पठित उक्त धारा के उप-खंड (2) के अधीन भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण को प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण दूरसंचार टैरिफ आदेश, 1999 में और संशोधन करने के लिए एतद्वारा निम्नलिखित आदेश बनाता है, अर्थात्:-

1. (1) इस आदेश को दूरसंचार टैरिफ (अड़तालीसवां संशोधन) आदेश, 2008 कहा जाएगा।
- (2) यह आदेश 15 सितम्बर, 2008 से प्रवृत्त होगा।

2. दूरसंचार टैरिफ आदेश, 1999 (जिसे इसमें इसके पश्चात प्रधान टैरिफ आदेश कहा गया है) के खंड 6 में, उप-खंड (vii) के पश्चात, निम्नलिखित उप-खंड अंतःस्थापित किया जाएगा, अर्थात् :-

“(viii) जहां जीवनकाल वैधता अथवा असीमित वैधता वाले किसी टैरिफ प्लान के निबंधन और शर्तों में कोई ऐसी शर्त अथवा अनुबंध शामिल है जिसमें किसी सब्सक्राइबर के लिए यह अपेक्षित है कि वह ऐसी वैधता के दौरान विनिर्दिष्ट समयावधियों या अंतरालों के भीतर किसी निर्दिष्ट न्यूनतम राशि के लिए रीचार्ज करवा ले ताकि उक्त टैरिफ प्लान वैध बना रहे, ऐसी निर्दिष्ट समयावधि अथवा अंतराल, किसी भी मामले में, छह माह से कम नहीं होगा;

(ix) प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में, जहां प्रचालक का घोषित आशय बिना किन्हीं संलग्न ~~देयताओं~~ के सभी सब्सक्राइबर्स को लाभ प्रदान करना है, वहां सब्सक्राइबर्स की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की कोई पूर्व-शर्त नहीं होगी। सब्सक्राइबर द्वारा किसी विकल्प का प्रयोग केवल तभी प्रासंगिक होगा जब ऐसे विकल्पों के परिणामस्वरूप उस पर कोई देयता या प्रतिकूल शर्त अधिरोपित होती हो।”।

3. प्रधान टैरिफ आदेश के सेल्युलर मोबाइल दूरसंचार सेवा (सीएमटीएस) से संबंधित अनुसूची II में,—

(क) “टैरिफ” शीर्षक के अधीन, मद “(4) स्थापना प्रभार” के सम्मुख आने वाली प्रविष्टियों में, “किसी सेवा प्रदाता द्वारा प्रदान की गई” शब्दों के स्थान पर निम्नलिखित शब्द प्रतिस्थापित किए जाएंगे, अर्थात् :-

“किसी सेवा प्रदाता द्वारा प्रदान की गई तथा कोई अपक्रंट भुगतान अथवा आवृत्ति प्रभार अथवा शुल्क अथवा किसी भी नाम या वर्णन द्वारा ऐसी कोई राशि किसी आजीवन वैधता प्लान या असीमित वैधता प्लान (जिसे इसमें इसके पश्चात विद्यमान टैरिफ प्लान कहा गया है) के किसी सब्सक्राइबर से उद्ग्रहित नहीं की जाएगी यदि ऐसा सब्सक्राइबर कम प्रवेश शुल्क वाले किसी आजीवन वैधता प्लान का विकल्प लेता है;”

(ख) "टैरिफ" शीर्षक के अधीन, मद "(6) प्रीपेड सेवा के लिए टैरिफ" के सम्मुख आने वाली प्रविष्टियों में, परंतुक में, खण्ड (ड) के पश्चात्, निम्नलिखित खण्ड अंतःस्थापित किया जाएगा, अर्थात्:-

"(च) निम्न के अलावा कोई भी राशि, चाहे वह नियत शुल्क हो अथवा अन्यथा-

(i) लागू कर; और

(ii) कोई मामूली शुल्क, जोकि किसी टैरिफ प्लान के अधीन प्रत्येक रीचार्ज के लिए प्रशासनिक लागतों अथवा व्ययों हेतु दो रुपये से अधिक नहीं होगा, टॉक टाइम मूल्य के प्रावधान के लिए अनन्य रूप से आशयित किसी भी रीचार्ज पर उद्ग्रहित नहीं की जाएगी।"

एम. कन्नन, सलाहकार (आर्थिक)

[विज्ञापन III/4/142/2008/असा.]

टिप्पणी 1 :- दूरसंचार टैरिफ आदेश, 1999 दिनांक 09 मार्च, 1999 की अधिसूचना संख्या 99/3 के अंतर्गत भारत के राजपत्र, असाधारण, भाग III, खंड 4 में प्रकाशित हुआ था तथा इसमें तत्पश्चात् निम्नलिखित अधिसूचनाओं द्वारा संशोधन किए गए:-

संशोधन संख्या	अधिसूचना संख्या और तारीख
पहला	301-4/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 30.3.1999
दूसरा	301-4/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 31.5.1999
तीसरा	301-4/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 31.5.1999
चौथा	301-4/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 28.7.1999
5वां	301-4/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 17.9.1999
6वां	301-4/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 30.9.1999

7वां	301-8/2000-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 30.3.2000
8वां	301-8/2000-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 31.7.2000
9वां	301-8/2000-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 28.8.2000
10वां	306-1/99-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 9.11.2000
11वां	310-1(5)/ट्राई-2000 दिनांक 25.1.2001
12वां	301-9/2000-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 25.1.2001
13वां	303-4/ट्राई-2001 दिनांक 1.5.2001
14वां	306-2/ट्राई-2001 दिनांक 24.5.2001
15वां	310-1(5)/ट्राई-2000 दिनांक 20.7.2001
16वां	310-5(17)/2001-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 14.8.2001
17वां	301/2/2002-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 22.1.2002
18वां	303/3/2002-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 30.1.2002
19वां	303/3/2002-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 28.2.2002
20वां	312-7/2001-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 14.3.2002
21वां	301-6/2002-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 13.6.2002
22वां	312-5/2002-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 4.7.2002
23वां	303/8/2002-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 6.9.2002
24वां	306-2/2003-आर्थिक दिनांक 24.1.2003
25वां	306-2/2003-आर्थिक दिनांक 12.3.2003
26वां	306-2/2003-आर्थिक दिनांक 27.3.2003
27वां	303/6/2003-ट्राई (आर्थिक) दिनांक 25.4.2003
28वां	301-51/2003-आर्थिक दिनांक 5.11.2003
29वां	301-56/2003-आर्थिक दिनांक 3.12.2003
30वां	301-4/2004 (आर्थिक) दिनांक 16.1.2004
31वां	301-2/2004-आर्थिक दिनांक 7.7.2004
32वां	301-37/2004-आर्थिक दिनांक 7.10.2004
33वां	301-31/2004-आर्थिक दिनांक 8.12.2004

34वां	310-3(1)/2003-आर्थिक दिनांक 11.3.2005
35वां	310-3(1)/2003-आर्थिक दिनांक 31.3.2005
36वां	312-7/2003-आर्थिक दिनांक 21.4.2005
37वां	312-7/2003-आर्थिक दिनांक 2.5.2005
38वां	312-7/2003-आर्थिक दिनांक 2.6.2005
39वां	310-3(1)/2003-आर्थिक दिनांक 8.9.2005
40वां	310-3(1)/2003-आर्थिक दिनांक 16.9.2005
41वां	310-3(1)/2003-आर्थिक दिनांक 29.11.2005
42वां	301-34/2005-आर्थिक दिनांक 7.3.2006
43वां	301-2/2006-आर्थिक दिनांक 21.3.2006
44वां	301-34/2006-आर्थिक दिनांक 24.1.2007
45वां	301-18/2007-आर्थिक दिनांक 5.6.2007
46वां	301-36/2007-आर्थिक दिनांक 24.1.2008
47वां	301-14/2007-आर्थिक दिनांक 17.3.2008

टिप्पणी 2 : व्याख्यात्मक जापन दूरसंचार टैरिफ (अड़तालीसवां संशोधन) आदेश, 2008 के लिए उद्देश्यों और कारणों की व्याख्या करता है।

व्याख्यात्मक ज्ञापन

प्राधिकरण ने एक्सेस मार्केट में टैरिफ प्रस्तावों की भरमार से उत्पन्न उपभोक्ता पारदर्शिता के मुद्दे पर वर्ष 2004 में विचार किया था तथा इस प्रयोजनार्थ "एक्सेस सेवा प्रदाताओं द्वारा उपलब्ध कराए जाने वाले टैरिफ आदेशों की संख्या को सीमित करना" नामक परामर्श-पत्र जारी किया था। इस प्रक्रिया के परिणामस्वरूप जुलाई, 2004 में टीटीओ में 31वां संशोधन जारी किया गया जिसमें छह माह की अवधि के लिए टैरिफ में वृद्धि से उपभोक्ताओं को संरक्षण प्रदान करने का महत्वपूर्ण उपबंध किया गया था। उसके पश्चात्, प्राधिकरण ने उपभोक्ताओं के हित में अनेक अन्य विनियामक अधिदेश जारी किए जिनमें टीटीओ का 43वां संशोधन शामिल था, जिसमें आजीवन प्लानों सहित लंबी वैधता के प्लानों में नामांकित उपभोक्ताओं के लिए और अधिक संरक्षण सुनिश्चित किया गया था। प्राधिकरण द्वारा ऐसे अनेक उपाय किए जाने के बावजूद उपभोक्ताओं के मध्य यह भावना व्याप्त है कि एक्सेस सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान किए जा रहे विभिन्न प्रस्ताव पारदर्शी और उपभोक्ताओं के हित में नहीं हैं। प्राधिकरण को उपभोक्ताओं तथा उपभोक्ता संगठनों से निरंतर ऐसी शिकायतें प्राप्त होती हैं जिनमें अन्य बातों के साथ-साथ पारदर्शिता के मुद्दे को उठाया गया होता है।

2. अतः प्राधिकरण ने जन-परामर्श की सुस्थापित प्रक्रिया के माध्यम से टैरिफ प्रस्तावों के मामलों की पारदर्शिता से संबंधित विनियामक ढांचे पर पुनः विचार करने का निर्णय लिया। प्राधिकरण ने 29 जनवरी, 2008 को एक परामर्श-पत्र जारी करके इस दिशा में एक परामर्श प्रक्रिया शुरू की। अहमदाबाद और जयपुर में ओपन हाउस चर्चाएं आयोजित की गईं। "एक्सेस सेवा प्रावधान में टैरिफ प्रस्तावों की भरमार से उत्पन्न मुद्दे" नामक इस परामर्श-पत्र में निम्नलिखित मुद्दों पर चर्चा की गई—

(क) क्या प्रस्तावित टैरिफ प्लानों की संख्या-सीमा को उसकी वर्तमान अधिकतम संख्या से, जो कि 25 है, और कम करने की कोई आवश्यकता है और यदि हां, तो वह संख्या कितनी होनी चाहिए? अपने उत्तर को न्यायसंगत ठहराएं। यदि नहीं, तो इसके कारण बताएं?

- (ख) प्रस्तावित सीमा के लागू करने के लिए सेवा क्षेत्र कौन से होने चाहिए?
- (ग) एड-ऑन पैकों के ढांचे तथा संख्या को विनियमित किए जाने तथा प्रस्तावित प्लानों की संख्या पर रोक लगाने के प्रयोजनार्थ उन्हें टैरिफ प्लानों के रूप में गिने जाने की आवश्यकता है? यदि हां, तो क्या विशिष्ट सुझाव हैं।
- (घ) इस परिदृश्य में मूल्यवर्धित सेवा को कैसे समझा जाएगा?
- (ङ) क्या टीटीओ के 31वें संशोधन के उपबंधों द्वारा टैरिफ प्लानों हेतु विनिर्दिष्ट 6 महीने की न्यूनतम वैधता अवधि की समीक्षा किए जाने की आवश्यकता है?
- (च) क्या सीमित अवधि के लिए सब्सक्रिप्शन हेतु किंतु एक नियमित प्लान के रूप में उपभोक्ता के लिए उपलब्ध प्रस्तावित टैरिफ प्लानों पर रोक लगाने के प्रयोजनार्थ उसे टैरिफ प्लानों के रूप में गिना जाए?
- (छ) क्या संवर्धनात्मक प्रस्तावों को विनियमित करने या प्रतिबंधित करने की कोई आवश्यकता है और यदि हां, तो क्या उपाय किए जाने चाहिए?
- (ज) टैरिफ प्रस्तावों की पारदर्शिता में सुधार करने हेतु और क्या उपाय किए जाने चाहिए?

3. परामर्श-पत्र में परामर्श करने योग्य मुद्दों को मोटे तौर पर चार तरह के मुद्दों के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है:-

- (क) टैरिफ प्लानों की अधिकतम संख्या को कम करने की आवश्यकता।
- (ख) टीटीओ के 31वें संशोधन में दी गई छह महीने की सुरक्षा अवधि की समीक्षा।
- (ग) एड-ऑन पैक/मूल्यवर्धित सेवा/संवर्धनात्मक टैरिफ के रूप में प्रस्तावित टैरिफों की संख्या और उसके ढांचे की समीक्षा, और
- (घ) टैरिफ प्रस्तावों में पारदर्शिता को बढ़ाने हेतु और उपाय किए जाने की आवश्यकता।

4. प्राधिकरण को अनेक पणधारकों से लिखित अनुरोध प्राप्त हुए थे। ये ट्राई की वेबसाइट पर उपलब्ध हैं। मार्च 2008 में अहमदाबाद और जयपुर में हुई ओपन हाउस चर्चा में फीडबैक भी लिया गया। टीटीओ में संशोधन संबंधी यह आदेश बहुस्तरीय परामर्श प्रक्रिया की समाप्ति पर प्राधिकरण के निर्णय को संप्रेषित करने और उसे विधिसम्मत बनाने की मांग करता है।

परामर्श के प्रथम चरण पर मुद्दे और प्राधिकरण का निर्णय

(क) क्या प्रस्तावित टैरिफ प्लानों की संख्या की सीमा को उसकी वर्तमान अधिकतम संख्या से, जो कि 25 है, और कम करने की कोई आवश्यकता है ?

5. टैरिफ प्लान प्रस्ताव की वर्तमान संख्या जो 25 है, को कम करने के मुद्दे पर तीन प्रकार के उत्तर प्राप्त हुए हैं: (i) कि टैरिफ प्लान की अधिकतम संख्या निश्चित करने अर्थात् उस पर रोक लगाने की कोई आवश्यकता नहीं है (ii) कि वर्तमान स्तर तक रोक लगाने को जारी रखा जाए और (iii) यह कि टैरिफ प्लान की अधिकतम संख्या को और कम किया जाए। कोई रोक नहीं लगाने अर्थात् वर्तमान संख्या को और कम न करने के पक्षकर पणधारकों द्वारा दिए गए कारण निम्नानुसार हैं:-

- अंतरराष्ट्रीय स्तर पर, विनियामक टैरिफ प्लानों की संख्या को विनियमित नहीं करते हैं।
- यदि सेवा प्रदाता अलग-अलग ग्राहक की जरूरतों को नजरदाज करते हैं, तो यह संभावना बनी रहती है कि भावी ग्राहक क्षेत्र का दोहन न हो पाएगा।
- यदि सब्सक्राइबर को प्रयोग पद्धति की जानकारी है तो टैरिफ प्लान का चुनाव करते समय उसे कोई दुविधा नहीं होती है।
- प्लानों की संख्या सीमित करने से सब्सक्राइबर्स को उपलब्ध विकल्प भी सीमित हो जाएंगे।

- अधिकतम संख्या को कम करने से प्रतिस्पर्धा रुक जाएगी और काफी सब्सक्राइबर्स को उनकी जरूरत के मुताबिक बेहतर प्लान नहीं मिल पाएगा।
- 5-8 नए प्रचालकों के बाजार में आने की संभावना है। वर्तमान प्रचालकों को नए प्रचालकों के प्रस्तावों से मेहनत करके खाली प्लानों को पेश करना होगा।
- इसके फलस्वरूप बाजार में प्रतिस्पर्धा सीमित हो जाएगी और ग्राहक के विकल्प कम हो जाएंगे।
- यह मुक्त बाजारी शक्तियों के लिए प्रति-उत्पादक होगा।
- प्रतिबंध से उन कुछ ग्राहकों को नुकसान होगा जो अपनी प्रयोग पद्धति के अनुकूल टैरिफ प्लानों का लाभ नहीं उठा पाएंगे।
- रोक लगाने से ग्राहक के हित संबंधी लक्ष्य प्राप्त नहीं हो पाएंगे।
- ग्राहक को ज्यादा विकल्पों से फायदा होगा।
- यह रोक सेवा प्रदाता की कुशलतापूर्वक प्रतिस्पर्धा करने की क्षमता को सीमित कर देगी।

6. जो पणधारक वर्तमान अधिकतम सीमा अर्थात् 25 को और कम करने के पक्ष में थे, उन्होंने अपने मत के पक्ष में निम्नलिखित विचार रखे:-

- ज्यादा प्लानों से उपभोक्ता सदैव भ्रमित हो जाते हैं।
- ग्राहक आदर्श टैरिफ पैकेज की पहचान करने योग्य बन जाते हैं।
- यह मोबाइल सेवा प्रदाताओं के टैरिफ उत्पादक-संघ को प्रभावी रूप से समाप्त कर सकता है।
- ट्राई ने अपने स्वयं के निष्कर्ष में यह बताया है कि प्री-पेड और पोस्ट-पेड, दोनों के लगभग 75 प्रतिशत ग्राहकों ने केवल 5-8 टैरिफ प्लानों को ही चुना है।
- प्रस्तावों में पारदर्शिता की कमी है।
- नए प्रचालकों की संख्या के साथ प्लानों की संख्या भी बढ़ जाएगी।

7. अधिकांश सेवा प्रदाताओं और उपभोक्ताओं/उपभोक्ता संगठनों की यह राय थी कि टैरिफ प्लानों की संख्या को सीमित करने से ग्राहक के विकल्प भी सीमित हो जाएंगे और इससे कोई फायदा नहीं होगा। सेवा प्रदाताओं ने बाजार में टैरिफ प्रस्तावों/प्लानों की संख्या सीमित करने के खिलाफ इस आधार पर कुछ तर्क दिए हैं कि ऐसे कदम से बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक कार्यों में कमी आ सकती है। यहां तक कि कुछ उपभोक्ता संगठन ने प्राधिकरण को अपने लिखित अनुरोधों और ओपन हाउस चर्चा के दौरान यह सुझाव दिया कि टैरिफ प्लानों की संख्या में कटौती एक उचित विकल्प नहीं है क्योंकि इससे उपभोक्ताओं के विकल्प सीमित हो जाएंगे और इसलिए उन्होंने 25 टैरिफ प्लानों की वर्तमान सीमा को जारी रखने की वकालत की। परामर्श-प्रक्रिया में एक आम राय यह उभरी है कि यदि टैरिफ प्लानों को किसी अस्पष्टता और छिपे हुए प्रभारों के बिना आसान बना दिया जाए तो उपभोक्ताओं को प्लानों की संख्या से कोई समस्या नहीं होगी।

8. प्राधिकरण ने नोट किया कि मूल्य प्लानों के मामले में उपलब्ध विकल्प बाजार में प्रतिस्पर्धी कार्यकलाप का एक वास्तविक परिणाम है तथा इसमें किसी भी प्रकार का हस्तक्षेप प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देने की नीति का उल्लंघन होगा। प्राधिकरण ने पणधारकों द्वारा व्यक्त किए गए विभिन्न मतों पर विचार करने और प्रचलित बाजारी स्थितियों का आकलन करने के बाद एक्सेस सेवा प्रदाताओं द्वारा पेश किए जा सकने वाले ऐसे टैरिफ प्लानों की संख्या पर विद्यमान सीमा अर्थात् 25 को परिवर्तित न करने का निर्णय लिया है। दूसरे शब्दों में इसका अर्थ यह है कि इस मामले में टीटीओ के 21वें संशोधन के वर्तमान उपबंध लागू रहेंगे।

9. किसी एक्सेस सेवा प्रदाता द्वारा किसी एक समय पर 25 से अधिक टैरिफ प्लान प्रदान नहीं किए जा सकते हैं, इसमें पोस्ट-पेड तथा प्रीपेड, दोनों ही टैरिफ प्लान शामिल हैं। किसी प्रस्ताव पर 25 टैरिफ प्लानों की सीमा की मॉनीटरिंग करने के लिए नेटवर्क में ग्राहकों के नामांकन के लिए किसी प्रस्ताव की पेशकश तथा निम्नलिखित में से एक या अधिक विशेषताओं वाले पैकेजों को टैरिफ प्लान के रूप में गिना जाएगा:

i) शीर्षक

- ii) किराया/नियत शुल्क
- iii) बिलिंग चक्र/वैधता
- iv) निःशुल्क कॉल भत्ता/टोक टाइम
- v) स्थानीय कॉल
- vi) एसटीडी
- vii) आईएसडी
- viii) एसएमएस
- ix) राष्ट्रीय रोमिंग

सेवा प्रदाताओं और प्राधिकरण के लिए एक बेहतर निगरानी तंत्र स्थापित करने के लिए तथा साथ ही अधिक पारदर्शिता को सुकर बनाने के लिए प्रत्येक टैरिफ प्लान के लिए एक विशेष संख्यांकन स्कीम विकसित करने का निर्णय लिया गया है। इस संबंध में विस्तृत निर्देश अलग से जारी किए जा रहे हैं।

10. इसके अलावा, टीटीओ, 1999 के 21वें संशोधन के उपबंधों के अंतर्गत सभी सेवा प्रदाताओं के लिए यह अनिवार्य है कि वे नए टैरिफ प्लानों की सूचना के समय निम्नलिखित जानकारी प्रदान करें:-

“.....तारीख (सूचना की तारीख) को सम्मोचन के लिए पेश किए जाने वाले टैरिफ प्लानों की संख्या

—प्रीपेड (जहां लागू हो)

—पोस्टपेड (जहां लागू हो)

उक्त जानकारी के बिना उपभोक्ता अर्जन के लिए ट्राई को सूचित किया गया किसी भी नए पोस्टपेड या प्रीपेड प्लान को रिकॉर्ड में नहीं लिया जाएगा। इसका कड़ा अनुपालन सुनिश्चित करने के लिए इसे पुनः दोहराया जा रहा है।

(ख) एड-ऑन पैक/मूल्यवर्धित सेवा/संवर्धनात्मक टैरिफों के रूप में प्रदान किए जा रहे टैरिफों की संख्या और संरचना

11. परामर्श पत्र में चर्चा किया गया एक अन्य प्रमुख मुद्दा था एड-ऑन/टोन-अप पैकों तथा संवर्धनात्मक पेशकशों की निरंतर बढ़ती हुई संख्या और उनकी किस्में। जबकि कुछ उपभोक्ता संगठनों ने एड-अप पैकों के विनियमन पर जोर दिया, कुछ अन्य उपभोक्ता संगठनों ने इस राय का समर्थन किया कि एड-अप पैकों के विरुद्ध किसी भी प्रकार का उत्प्लंघन उपभोक्ताओं के प्रौद्योगिकीय विकास के लाभों को सीमित कर सकता है। तथापि, प्राधिकरण ने नोट किया कि उपभोक्ताओं के लिए पैक वैकल्पिक होते हैं तथा उनके लिए सामान्यतया उपयोगी होते हैं क्योंकि सब्सक्राइबर यूसेज प्रोफाइल पर निर्भर करते हुए लागत को कम कर सकता है। अतः प्राधिकरण ने एड-ऑन पैकों आदि के रूप में प्रदान किए गए टैरिफों की संख्या और संरचना पर कोई नया विनियामक प्रतिबंध अधिरोपित न करने का निर्णय लिया।

12. परामर्श-पत्र में उठाए गए अन्य मुद्दों और उनपर पणधारकों द्वारा दिए गए उत्तरों पर सावधानीपूर्वक विचार करने के बाद प्राधिकरण इस प्रारंभिक निष्कर्ष पर पहुंचा कि टीटीओ 1999 के वर्तमान उपबंधों में संशोधन करने की जरूरत है ताकि टैरिफ प्रस्तावों के मामले में और पारदर्शिता लाई जा सके। परामर्श के प्रथम चरण में उत्पन्न ऐसे अनेक मुद्दों, उनके विश्लेषणों, प्राधिकरण के निष्कर्षों और टीटीओ, 99 के वर्तमान उपबंधों में संशोधनों को नीचे विस्तार से प्रस्तुत किया गया है।

(ग) टीटीओ के 31वें संशोधन के प्रावधानों द्वारा टैरिफ प्लानों हेतु विनिर्दिष्ट 6 महीने की न्यूनतम वैधता अवधि की समीक्षा

13. टीटीओ के 31 वें संशोधन के उपबंधों जो उपभोक्ताओं को टैरिफ में वृद्धि से 6 महीने की सुरक्षा प्रदान करते हैं, की समीक्षा के मुद्दे पर पणधारकों के उत्तर अलग-अलग थे,

जिसकी आशा की गई थी। सेवा प्रदाता और उनके संघ या तो 6 महीने की मुफ्त अवधि को बनाए रखने अथवा उसे समाप्त करने के पक्ष में थे। दूसरी ओर, इनका प्रतिनिधित्व करने वाले उपभोक्ता और उपभोक्ता संगठनों ने प्राधिकरण से इस अवधि को बढ़ाकर 12 महीने करने का अनुरोध किया। इस मुद्दे के पक्ष और विपक्ष में कही गई बातें निम्नानुसार हैं:

संरक्षण अवधि / बढ़ी हुई संरक्षण अवधि के पक्ष में मुख्य बातें:—

- बाजार में पारदर्शिता के साथ-साथ ज्यादा स्थिरता लाने के लिए न्यूनतम वैधता अवधि 2 वर्ष निर्धारित किए जाने की तत्काल आवश्यकता है।
- टैरिफ प्लानों में जल्दी-जल्दी बदलाव करना, सब्सक्राइबर्स के लिए एक वांछनीय विकल्प नहीं है।
- बाजार में स्थिरता और पारदर्शिता लाने के लिए टैरिफ प्लानों की न्यूनतम वैधता अवधि को बढ़ाकर 12 महीने किया जाए।
- टैरिफ प्लानों में जल्दी-जल्दी परिवर्तन करने से ग्राहकों को परेशानी होगी अथवा वे इससे नाराज हो सकते हैं।

संरक्षण अवधि / बढ़ी हुई संरक्षण अवधि के विरोध में मुख्य बातें:—

- ग्राहक को वर्तमान लागत और अल्पावधि की अनुमानित लागत के आधार पर टैरिफ की पेशकश की जाती है। मूल्यवृद्धि के प्रति सब्सक्राइबर को गारंटी देने के लिए छह महीने की समयावधि देना काफी अधिक समय है। मूल्य-वृद्धि को अटल सत्य माना जाना चाहिए।
- 6 महीने के आधार पर सब्सक्राइबर्स से संपर्क बनाए रखना बिलिंग प्रणाली के लिए काफी दुष्कर काम है।
- वैधता के ऐसे किसी नामोत्लेख से बाजार में प्रचालकों की आजादी पर रोक लगेगी और यह प्रतिस्पर्धात्मक शक्तियों के कार्य में एक अनावश्यक बाधा बन जाएगा। वास्तव में यह नए प्रस्ताव लेकर आने वाले प्रचालकों को निरुत्साहित करेगा।

14. प्राधिकरण ने 6 माह की अवधि को 12 माह तक बढ़ाने का प्रस्ताव करने का निर्णय किया तथा पक्षमर्ज के दूसरे चरण में पुनः पणधारकों की राय ली। इस संबंध में उठाए गए मुद्दों का विस्तृत विश्लेषण तथा वह आधार, जिस पर प्राधिकरण ने इन मुद्दों का अंतिम रूप से निपटान किया, ~~प्राधिकरण~~ ज्ञापन के पैरा 23 से 27 में दिया गया है।

च) टैरिफ प्रस्तावों में पारदर्शिता को बढ़ाने हेतु और उपाय किए जाने की आवश्यकता

15. प्राधिकरण ने ग्राहकों को प्रस्तावित अनेक प्लानों में से किसी एक को चुनने का अधिकार दिया है और वह एक प्लान की जगह दूसरे प्लान को अपनाने हेतु भी स्वतंत्र है। टीटीओ का चौथा संशोधन प्रचालक को ग्राहक द्वारा एक प्लान की जगह दूसरे प्लान अपनाने पर उससे 'माइग्रेशन शुल्क' के रूप में कोई शुल्क वसूलने से रोकता है। तथापि, प्राधिकरण ने यह पाया कि सेवा प्रदाता उपभोक्ताओं को सब्सक्राइब करने या अपनी पसंद का प्लान अपनाने के अधिकार को कम करने के लिए कुछ गैर-टैरिफ प्रतिबंध लगा रहा है। प्राधिकरण के ध्यान में निम्नलिखित कुछ उदाहरण आए हैं:-

i) कुछ सेवा प्रदाताओं ने टैरिफ में आम कटौती की पेशकश की है और उसका प्रचार किया है। किंतु कम टैरिफ का लाभ केवल उन ग्राहकों तक ही सीमित है जो पूर्वनिर्दिष्ट नंबर आदि पर एसएमएस भेजकर कम टैरिफ का विकल्प चुनेंगे।

ii) सेवा प्रदाताओं ने शुरू में 1000 रुपये के भुगतान पर प्लान देने की पेशकश की थी और उसकी स्थानीय कॉल दर 1.99 रुपये/मिनट थी। हाल ही में कई प्रदाताओं ने 495 रुपये से लेकर 195 रुपये के अपेक्षाकृत कम भुगतान पर नए आजीवन प्लानों की पेशकश की है और उसकी स्थानीय कॉल दर 1 रुपये/मिनट है। तथापि, कुछ सेवा प्रदाताओं ने नई आजीवन योजनाओं में वर्तमान आजीवन ग्राहकों को माइग्रेशन की सुविधा नहीं दी है जबकि उन्होंने नए ग्राहकों की अपेक्षा अधिक प्रवेश शुल्क दिया था और इस प्रकार उन्हें कम हुए टैरिफ के लाभ से वंचित कर दिया गया। कुछ मामलों में यह भी पाया गया कि वर्तमान सब्सक्राइबर से नए सब्सक्राइबर्स पर लागू कम कॉल शुल्क के बराबर शुल्क का लाभ उठाने के लिए स्पेशल रिचार्ज के जरिए एकबारगी शुल्क या आवर्ती शुल्क का भुगतान करने को कहा जा रहा है।

16. ऐसे उपाय प्राधिकरण के कुछ कर्तव्य अधिदेशों के अनुरूप नहीं हैं। तथैव, ऐसे ग्राहक विवेकी उपायों से बचने के लिए और उपभोक्ताओं को एक प्लान से दूसरे प्लान में जाने हेतु स्वतंत्र और निष्पक्ष माइग्रेशन सुनिश्चित करने के लिए प्राधिकरण ने टीटीओ 1999 में निम्न स्पष्ट उपायों को शामिल करना उचित समझा—

- i) जब कोई वर्तमान आजीवन योजना वाला ग्राहक कम प्रवेश शुल्क के साथ नई आजीवन योजना अपनाने का विकल्प चुनता है, तो उससे रिचार्ज आदि के माध्यम से कोई अतिरिक्त राशि या आवर्ती शुल्क न लिया जाए।
- ii) प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में, जहां प्रचालक का घोषित आशय बिना किन्हीं संलग्न देयताओं के सभी सम्प्रदायिकों को लाभ प्रदान करना है, वहां सम्प्रदायिकों की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की कोई पूर्व-सर्त नहीं होगी। सम्प्रदायिकों द्वारा किसी विकल्प का प्रयोग केवल तभी प्रासंगिक होगा जब ऐसे विकल्पों के अभाव में उस पर कोई देयता या प्रतिकूल सर्त अधिरोपित होती हो।

17. बाजार में इस समय उपलब्ध प्रमुख खरीद योजनाओं में से एक योजना आजीवन योजना के स्वरूप की है। आमतौर पर ऐसी योजनाओं में ग्राहकों को विनिर्दिष्ट अंतराल, जो सामान्यतया 6 महीने है, पर न्यूनतम रिचार्ज करना अपेक्षित है। किंतु प्राधिकरण को सेवा प्रदाताओं से ऐसे प्रस्ताव भी प्राप्त हुए हैं जिसमें हर 60 दिनों के बाद रिचार्ज करने का प्रस्ताव किया गया है। प्राधिकरण का यह मत है कि ऐसे कम अंतराल पर रिचार्ज करने से आजीवन प्लानों की 'आजीवन' विशेषता का महत्व कम हो जाएगा और यह इसे सामान्य प्री-पेड प्लानों की तरह का बना देगा जिसमें कम अंतराल पर रिचार्ज कराना अपेक्षित है। प्राधिकरण का यह मत है कि सेवा प्रदाताओं को आजीवन प्लानों में छह महीने से कम की अवधियों के बीच रिचार्ज करने पर जोर नहीं देना चाहिए।

18. परामर्श-प्रक्रिया के दौरान, विभिन्न टॉप-अप रिचार्जों के ढांचे की समीक्षा करने की जरूरत महसूस की गई चूंकि प्राधिकरण को यह बताया गया था कि सेवा-प्रदाता रिचार्ज के

लिए भी, जो टॉक-टाइम देने के लिए होता है, उन सब्सक्राइबर्स की कुछ निश्चित रकम काट रहे हैं जिनके पास पहले से वैधता अवधि है। ऐसे सब्सक्राइबर्स ने एक निश्चित शुल्क देकर वैधता अवधि प्राप्त की है। प्राधिकरण ने यह महसूस किया कि जब ग्राहक टॉक टाइम टॉप अप के माध्यम से टॉक टाइम खरीदता है तो उस पर दुबारा या परवर्ती प्रोसेसिंग शुल्क लगाना अतार्किक है। अतः प्राधिकरण का टीटीओ में इस आशय का एक संशोधन करने का प्रस्ताव है कि लागू करें के अतिरिक्त टॉक-टाइम वैल्यू के प्रावधान वाले रिचार्जों पर कोई निश्चित शुल्क न लगाया जाए। तथापि, सेवा प्रदाता प्रशासित लागत के रूप में प्रति टॉप-अप 2/- रुपये से अनधिक का मामूली शुल्क ले सकता है। इस प्रस्ताव का यह प्रभावी अर्थ है कि यदि सब्सक्राइबर के पास वैधता है, तो उसे उस समय लागू करें के अलावा निश्चित शुल्क के रूप में 2/- ₹0 से अधिक का भुगतान करने की जरूरत नहीं है, जब वह विशेष रूप से टॉक टाइम बढ़ाने के आशय से टॉक टाइम वाउचर खरीदता है। चूंकि दिनांक 29.1.2008 के परामर्श-पत्र में इस मुद्दे को विशेष रूप से स्थान नहीं दिया गया था, प्राधिकरण ने दूसरे दौर का परामर्श करने का निर्णय लिया। इस संबंध में अन्य मुद्दों सहित अनुरोधों की जांच इस व्याख्यात्मक ज्ञापन के पैरा 20 से 40 में निहित है।

परामर्श का दूसरा चरण

19. प्राधिकरण ने ट्राई की वेबसाइट पर मसौदा टैरिफ संशोधन आदेश प्रकाशित करके दूसरे दौर की परामर्श प्रक्रिया प्रारंभ की जिसमें प्रथम चरण के परामर्श से प्राप्त उक्तसंदर्भित प्रारंभिक निष्कर्षों पर आधारित प्रस्ताव निहित थे। संक्षिप्त परामर्श टिप्पण के रूप में एक प्रारूप टैरिफ संशोधन आदेश 22 जुलाई, 2008 को पणधारकों को परिचालित किया जिसमें वर्तमान दूरसंचार टैरिफ आदेश में प्रस्तावित संशोधन करने पर उनकी राय मांगी गई। परामर्श टिप्पण को ट्राई की वेबसाइट पर रखा गया और यह इस व्याख्यात्मक ज्ञापन के साथ अनुबंध 'क' के रूप में संलग्न है। उपरिलिखित संक्षिप्त परामर्श-पत्र में यथाअंतर्विष्ट टीटीओ में प्रस्तावित संशोधन का सारांश नीचे दिया गया है:-

- i) एक एक्सेस सेवा उपभोक्ता को टैरिफ के किसी सेगमेंट में मूल्यवृद्धि से प्राप्त न्यूनतम सुरक्षा अवधि को वर्तमान प्रणाली में प्राप्त 6 महीने की सुरक्षा की तुलना में उसके किसी टैरिफ प्लान को अपनाने की तारीख से लेकर 12 महीने तक बढ़ाने का प्रस्ताव किया गया था। तथापि, आजीवन सब्सक्राइबर्स और लंबी अवधि की वैधता वाले सब्सक्राइबर्स को आजीवन तथा उपभोक्ताओं द्वारा सब्सक्राइब लंबी अवधि की वैधता के संबंध में सुरक्षा मिलनी जारी रहेगी।
- ii) सीधे टैरिफ कटौती के मामलों में, जहां प्रचालक की घोषित मंशा सभी सब्सक्राइबर्स को किसी अतिरिक्त देयता के बिना लाभ देना है, सब्सक्राइबर्स के लिए कोई विशिष्ट सकारात्मक कार्यवाही करने की पूर्व-शर्त नहीं होनी चाहिए।
- iii) ऐसे मामलों में जहां वर्तमान आजीवन वैधता योजना या असीमित वैधता योजना वाला कोई सब्सक्राइबर कम प्रवेश शुल्क देकर किसी नई आजीवन वैधता या असीमित वैधता योजना को चुनना चाहता है तो सेवा प्रदाता को ऐसे माइग्रेशन की अनुमति देने के लिए कोई अपफ्रंट भुगतान या आवर्ती शुल्क या फीस नहीं लगानी चाहिए।
- iv) टॉक-टाइम वैल्यू के प्रावधान वाले रिचार्ज पर लागू करों के अलावा और कोई निश्चित शुल्क नहीं लगाया जाना चाहिए। तथापि, सेवा प्रदाता प्रशासित लागत के तौर पर 2 रुपये प्रति टॉप-अप से अधिक का मामूली शुल्क ले सकता है।
- v) यदि किसी आजीवन प्लान/असीमित वैधता वाले प्लान की शर्तों में विनिर्दिष्ट अंतराल पर रिचार्ज की न्यूनतम राशि संबंधी कोई शर्त हो तो ऐसे अंतराल की न्यूनतम अवधि 6 महीने हो। इन प्लानों में रिचार्ज की विनिर्दिष्ट अवधि यदि कोई हो, की समाप्ति से पूर्व सेवा प्रदाताओं को व्यतिक्रम द्वारा विच्छेदन से बचने के बारे में अग्रिम रूप से याद दिलाना चाहिए।

दूसरे चरण की परामर्श-प्रक्रिया से प्राप्त फीडबैक

20. उपभोक्ता संगठनों ने अपने उत्तर में प्रस्तावित संशोधनों का स्वागत किया है। दूसरी ओर, सेवा प्रदाताओं और उनके संघों ने संक्षिप्त परामर्श टिप्पण में अंतर्विष्ट प्रस्तावों के विरोध

में कुछ आपत्तियां व्यक्त की हैं। तथापि, उनकी मुख्य आपत्तियां टैरिफ संरक्षण अवधि बढ़ाने तथा टॉक-टाइम रीचाजों पर प्रासेसिंग शुल्क पर सीमा लगाने के प्रस्तावों पर थीं। प्रचालकों और उनके संघों द्वारा कही गई मुख्य बातों का सारांश इस व्याख्यात्मक ज्ञापन में अनुबंध-ख के रूप में संलग्न है। संक्षिप्त परामर्श-पत्रों पर लिखित निवेदन प्रस्तुत करते हुए उद्योग संघों अर्थात् सेल्युलर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (सीओएआई) तथा एसोसिएशन ऑफ यूनाइटेड सर्विस प्रोवाइडर्स ऑफ इंडिया (एयूएसपीआई) ने प्रस्तावों पर अपनी चिंताओं को आगे स्पष्ट करने के लिए प्राधिकरण के साथ एक बैठक करने की मांग की। प्राधिकरण ने 14 अगस्त, 2008 को हुई बैठक में उनके तर्कों को विस्तार से सुना।

21. सेवा प्रदाताओं और उनके संघों ने वर्तमान टीटीओ में प्रस्तावित संशोधनों, जिन्हें संक्षिप्त परामर्श के लिए प्रस्तुत किया गया था, पर कुछ सामान्य टिप्पणियां कीं। प्राधिकरण ने प्रचालकों द्वारा व्यक्त किए गए इन सामान्य विचारों पर ध्यान दिया है और प्रत्येक विशिष्ट संशोधनों पर प्रतिक्रियाओं पर विचार करने और उनका विश्लेषण करने से पूर्व उन्हें इनका उत्तर देना चाहता है। संक्षिप्त परामर्श प्रक्रिया के दौरान सेवा प्रदाताओं और उनके संघों द्वारा व्यक्त किए गए ऐसे सामान्य विचार निम्न हैं:-

(क) व्यापक प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में टैरिफ प्लानों में हस्तक्षेप करने से प्रचालकों के सब्सक्राइबर्स की बढ़ती मांगों और उनकी विशिष्ट तथा लगातार बदलती प्रयोग संबंधी जरूरतों को पूरा करने में लचीलेपन में कमी आएगी।

(ख) मुद्रास्फीति के दौर के बावजूद दूरसंचार मूल्यों में लगातार गिरावट आ रही है।

(ग) प्राधिकरण द्वारा अपनाई जा रही टैरिफ स्थगन संकल्पना का यह अर्थ है कि बाजार में काफी प्रतिस्पर्धा है और इसलिए टैरिफ मामलों के सूक्ष्म प्रबंधन की आवश्यकता नहीं है और बाजारी शक्तियों को टैरिफ के बारे में निर्णय लेने की अनुमति दी जानी चाहिए।

- (घ) ऐसा लगता है कि प्राधिकरण ट्राई अधिनियम के अंतर्गत दूरसंचार क्षेत्र के सेवा प्रदाताओं के साथ-साथ उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने संबंधी अपने अधिदेश को नजरअंदाज कर रहा है।
- (ङ) जब प्राधिकरण का मुद्रास्फीति और बढ़ती प्रचालनात्मक लागत पर कोई नियंत्रण नहीं है, तो प्राधिकरण को दूरसंचार टैरिफ का सूक्ष्म प्रबंधन नहीं करना चाहिए।
- (च) टीटीओ में संशोधन केवल नए सब्सक्राइबर्स के लिए ही होने चाहिए क्योंकि वर्तमान सब्सक्राइबर्स की शर्तों में कोई परिवर्तन करने का उनके द्वारा अपनायी जा रही प्लान पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है।

22. सर्वप्रथम, प्राधिकरण यह स्पष्ट करना चाहता है कि उसकी बाजारी शक्तियों या टैरिफ के सूक्ष्म प्रबंधन में हस्तक्षेप करने की कोई मंशा नहीं है। प्राधिकरण प्रचालकों की इस बात से सहमत है कि मोबाइल बाजार प्रतिस्पर्धात्मक है। प्राधिकरण यह भी मानता है कि सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रस्तावित नए टैरिफ प्लानों ने देश में मोबाइल सेवाओं में भारी वृद्धि करने में काफी योगदान दिया है। यह भी सच है कि ऐसे कई उदाहरण हैं जिनमें टैरिफ प्रस्तावों में पारदर्शिता की कमी से विगत में उपभोक्ता के हितों पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा है। इसके अतिरिक्त, शहरी क्षेत्रों में, जहां पर सबसे पहले सेवा देने पर ध्यान दिया गया था, मोबाइल की पहुंच तेजी से संपूर्णता की ओर बढ़ रही है और इस समय गैर-शहरी क्षेत्रों में वायरलेस सेवा का प्रावधान हो रहा है। प्राधिकरण यह मानता है कि गैर-शहरी क्षेत्रों में इस नए उभरते बाजार में सब्सक्राइबर्स के लिए और विश्वास बढ़ाने वाले उपाय तथा सुरक्षा होनी चाहिए ताकि मोबाइल सेवा को जल्दी से लोकप्रियता मिले और शहरी क्षेत्रों में प्राप्त सफलता की कहानी को गैर-शहरी क्षेत्रों में भी दोहराया जा सके। 22 जुलाई, 2008 को प्रारूप टीटीओ परिचालित करने के पीछे प्राधिकरण का यही उद्देश्य है और इसे किसी भी दृष्टि से टैरिफ का सूक्ष्म प्रबंधन करने अथवा बाजार में हस्तक्षेप करने का प्रयास नहीं माना जाना चाहिए। यह भी नोट किया जाए कि टीटीओ के कुछ प्रस्ताव सेवा प्रदाताओं द्वारा कोई नए उपाय अपनाने का अधिदेश नहीं देते हैं। ये केवल कुछ वर्तमान प्रचलित उद्योग के कार्यकलापों को सांविधिक

दर्जा प्रदान करते हैं। प्राधिकरण ने वर्तमान टैरिफ प्लानों की वित्तीय व्यवहार्यता के संबंध में व्यक्त की गई आशंकाओं पर भी अंतिम निष्कर्ष पर पहुंचने से पहले विचार किया है। इन पहलुओं पर नीचे विस्तार से बताया गया है जिनमें विशिष्ट मुद्दों पर प्राधिकरण के निर्णय के पीछे दिए गए तर्काधार भी दिए गए हैं।

परामर्श के दूसरे चरण में विचार किए गए प्रस्तावों पर प्राधिकरण का अंतिम निर्णय तथा निर्णयों के पीछे तर्काधार

एक उपमोक्तानुकूल उपाय के रूप में टीटीओ के 31वें संशोधन के प्रावधानों में यथापरिकल्पित वर्तमान छह महीने की सुरक्षा अवधि को बढ़ाकर बारह महीने करने का प्रस्ताव — प्रचालकों/संघों द्वारा उठाए गए मुद्दों तथा प्राधिकरण के निर्णय के पीछे दिए गए तर्काधारों का विश्लेषण

23. आने वाले पैराओं में, प्राधिकरण ने परामर्श प्रक्रिया में विभिन्न पणधारकों द्वारा उठाए गए मुख्य मुद्दों को सुलझाया है। स्पष्टता के लिए सेवा प्रदाताओं/उनके संघों द्वारा पूछे गए प्रश्नों को तिरछे अक्षरों में दिया गया है और उसके बाद उस बिंदु पर प्राधिकरण की राय है।

“भारतीय बाजार की विशेषता उसमें भारी प्रतिस्पर्धात्मक व्याप्त होना है”

“मोबाइल क्षेत्र में भारी प्रतिस्पर्धात्मक परिदृश्य को देखते हुए, छह महीने की न्यूनतम सुरक्षा अवधि को बढ़ाने की कोई आवश्यकता नहीं है।”

24. इस संबंध में, यह नोट करना अधिक प्रासंगिक है कि मोटे तौर पर एक्सेस सेवा प्रदाताओं की बाजारी रणनीति दो प्रकार की हैं— खरीद रणनीति और प्रतिधारण रणनीति। खरीद का लक्ष्य नए सब्सक्राइबर्स को अपने नेटवर्क में लाना है जबकि प्रतिधारण रणनीति का लक्ष्य वर्तमान सब्सक्राइबर्स को उनके नेटवर्क में बनाए रखना है। बाजार में प्रत्येक कंपनी टैरिफ प्रस्ताव लाती है जिसमें नए सब्सक्राइबर्स को शामिल करना तथा वर्तमान सब्सक्राइबर्स

को बनाए रखना शामिल होता है। इसके फलस्वरूप, बाजार में अनेक टैरिफ प्लानों का प्रस्ताव किया जाता है जिससे सेवा के उपभोक्ता तथा सेवा प्रदाताओं के वर्तमान सब्सक्राइबर भ्रमित हो जाते हैं। इसका स्पष्ट कारण यह है कि प्रत्येक नए प्लान में नई विशेषता और विभिन्न टैरिफ स्तर होते हैं जिनमें से कुछ पूर्ववर्ती प्लानों में अंतर्विष्ट स्तरों से ऊंचे हो सकते हैं और कुछ नीचे। ऐसी टैरिफ योजनाएं रोजाना बाजार में निरंतर आती रहती हैं। भ्रमित करने के अलावा, ये बाजार में स्थिरता और व्यवस्थित विकास नहीं लाती हैं। प्रतिस्पर्धात्मक प्रस्ताव का यह अर्थ नहीं है कि उपभोक्ताओं को नुकसान हो। उपभोक्ताओं का प्रतिनिधित्व करने वाले संगठनों/उपभोक्ताओं से प्राप्त फीडबैक में यह सुझाव दिया गया है कि उपभोक्ताओं को ऐसे परिवर्तनों से संरक्षण की एक न्यूनतम अवधि होनी चाहिए जो उनके लिए अलाभकर बन सकते हैं। सब्सक्रिप्शन के समय, टैरिफ प्लान चुनते हुए उपभोक्ताओं की पसंद को उसे प्रभावित करने वाले बुनियादी विचार उपभोक्ताओं के लिए एक युक्तिसंगत अवधि के लिए नहीं बदलने चाहिए। इस उद्देश्य की प्राप्ति के लिए, प्राधिकरण वर्ष 2004 में टीटीओ का 31वां संशोधन लाया जिसमें दूरसंचार एक्सेस वाले उपभोक्ताओं को टैरिफ में वृद्धि से किसी टैरिफ प्लान/योजना/प्रस्ताव के सब्सक्रिप्शन की तारीख से लेकर 6 महीने की न्यूनतम अवधि के लिए सुरक्षा देने की मांग की गई।

25. इस संदर्भ में, प्राधिकरण ने ऐसी अनेक गतिविधियों की समीक्षा की, जो पिछले कुछ वर्षों में बाजार में हुई थीं। इनमें से एक प्रमुख गतिविधि विशेष रूप से वायरलैस सेवा में एक्सेस प्रावधान में टैरिफ में कमी से संबंधित थी, जिसने देश में दूरसंचार सेवा के विकास को तेज किया था। प्राधिकरण ने सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रस्तुत अनुरोध में गुणागुण पाया है कि एक ऐसे प्रतिस्पर्धी बाजार में, जहां टैरिफों में कमी हो रही है, प्रचालकों के लिए प्रतिस्पर्धात्मक रूप से यह अव्यवहार्य बन जाता है कि वे उपभोक्ताओं को हानि पहुंचाने के लिए टैरिफों में बार-बार परिवर्तन करें।

26. प्राधिकरण ने आगे यह भी नोट किया कि टीटीओ¹ का 43वां संशोधन आजीवन टैरिफ प्लान लेने वाले उपभोक्ताओं को लाइसेंस अवधि की समस्त वैधता हेतु टैरिफ में मूल्य वृद्धि से सुरक्षा प्रदान करता है। इस संशोधन के अनुसार, छह महीने से अधिक की किसी निर्दिष्ट अवधि हेतु वैध कोई टैरिफ प्लान, जो प्रस्तुत किया गया हो, बाजार में लाया गया हो या जिसकी पेशकश की गई हो, अथवा अपक्रंट भुगतान के एवज में आजीवन या असीमित वैधता वाला हो, प्लान में यथाविनिर्दिष्ट अवधि के लिए सब्सक्राइबर को उपलब्ध रहेगा और आजीवन या असीमित वैधता के मामले में यह तब तक उपलब्ध रहेगा जब तक सेवा प्रदाता को चालू लाइसेंस या नवीकृत लाइसेंस के तहत ऐसी दूरसंचार सेवा प्रदान करने की अनुमति है। इसके अतिरिक्त, प्राधिकरण ने दिनांक 4.6.2007 के अपने परामर्श में हैंडसेट बंडल वाली टैरिफ योजनाओं के बारे में कुछ दिशा-निर्देश निर्धारित किए हैं। इन दिशा-निर्देशों के अनुसार, जिस अवधि तक हैंडसेट सेवा प्रदाता के नेटवर्क में लॉक होता है, वह उस टैरिफ योजना की वैधता की न्यूनतम अवधि होगी। अतः प्राधिकरण ने यह निर्वचन दिया कि सेवा प्रदाता द्वारा विनिर्दिष्ट कोई लॉक-इन अवधि बंडल वाले प्रस्ताव का अंग है और प्रस्ताव का लाभ उठाने वाला सब्सक्राइबर नेटवर्क की लॉक-इन अवधि के दौरान किसी टैरिफ वृद्धि के प्रति सुरक्षा पाने का हकदार है। इस प्रकार, ग्राहक के किसी नेटवर्क में लॉक होने की अवधि के दौरान टैरिफ की किसी मद में वृद्धि टीटीओ के 43वें संशोधन के प्रावधानों के अनुरूप होगी। वर्ष 2005 के अंत और 2006 की शुरुआत में बाजार में आजीवन टैरिफ प्लानों के आने पर, प्राधिकरण ने यह पाया कि आजीवन टैरिफ प्लान और लंबी वैधता वाले प्लान बाजार में काफी लोकप्रिय हो गई हैं। इस प्रकार, बाजार में हावी लंबी वैधता वाले प्लानों के कारण सामान्यतया प्री-पेड प्लेटफार्म के "वैधता" मापदण्ड के संबंध में प्रतिस्पर्धा ह्रासमान है। आजीवन प्रकार के टैरिफ प्लान तथा लंबी वैधता वाली स्कीमों बाजार में स्थायित्व लाने वाली पाई गई हैं। प्राधिकरण ने सेवा प्रदाताओं के इस अनुरोध पर भी विचार किया है कि बारह माह जैसी लंबी अवधि तक सब्सक्राइबरों के संपर्क में रहना बिलिंग प्रणाली के लिए एक अत्यधिक बोझिल कार्य है।

¹ दूरसंचार टैरिफ (43वां संशोधन) आदेश दिनांक 21.3.2006, भारत का राजपत्र

27. इसलिए, प्राधिकरण सेवा प्रदाताओं, उपभोक्ताओं और उनका प्रतिनिधित्व करते वाले संगठनों के विचारों को जानकर तथा उपलब्ध विभिन्न साक्ष्यों का विस्तृत विश्लेषण करने के बाद इस निष्कर्ष पर पहुँचा कि दूरसंचार एक्सेस उपभोक्ताओं के टैरिफ संरक्षण को विनियमित करने वाले विद्यमान ढाँचे को बनाए रखकर सामान्यतया इस क्षेत्र के तथा उपभोक्ताओं के दीर्घकालीन हितों का संरक्षण किया जा सकेगा। अतः टीटीओ 1999 के 31वें और 43वें संशोधन मामले में बिना किसी परिवर्तन के लागू रहना जारी रहेंगे।

टॉक टाइम टॉप-अप पर प्रोसेसिंग शुल्क (पीएफ) लगाने की अनुमति न देने का प्रस्ताव — प्रचालकों/संघों द्वारा उठाए गए मुद्दों का विश्लेषण और प्राधिकरण के निर्णय का तर्कालोचन

28. प्राधिकरण के इस प्रस्ताव का उद्योग ने मुख्यतः निम्न दो आधारों पर विरोध किया:—

(क) "विनिर्दिष्ट सीमा रिचार्ज वाउचरों की सारी लागत की कसौटी हेतु पर्याप्त नहीं है विशेष रूप से तब, यदि रिचार्ज अधिक मूल्य का हो तथा वितरक/खुदरा विक्रेता का कमीशन भी काफी अधिक हो।"

(ख) "ट्राई ने जिस आधार पर टॉप-अप रिचार्ज वाउचर की प्रशासनिक लागत अधिकतम 2/- रुपये निकाली है उस आधार का पता नहीं है।"

29. प्राधिकरण ने इस मुद्दे पर एक टैरिफ मुद्दे की बजाय एक पारदर्शी पहलू के तौर पर विचार किया है। यह बात ध्यान में रखी जाए कि यह निर्णय "टॉक टाइम रिचार्ज" अर्थात् टॉकटाइम बैल्यू को बढ़ाने के उद्देश्य से प्रयुक्त टॉप-अप रिचार्ज की श्रेणी तक ही सीमित है। यह प्री-पेड सेवा के किसी अन्य संघटक को प्रभावित नहीं करता है। परामर्श-पत्र में अंतिम मुद्दा टैरिफ प्रस्तावों में पारदर्शिता को सुधारने हेतु उपाय सुझाने की मांग का था। इस मुद्दे पर हुई चर्चा का यह निष्कर्ष निकला कि उपभोक्ता द्वारा देय प्रभावी टैरिफ को निकालने के लिए टॉक-टाइम वाउचर की कीमत के प्रतिशत के तौर पर प्रोसेसिंग शुल्क लगाना एक

पारदर्शी तरीका नहीं है तथा अतार्किक भी है। यह तर्क दिया गया कि किसी उपभोक्ता द्वारा प्री-पेड प्लान हेतु नामांकन होने पर उसका टैरिफ स्पष्ट किया जाता है और वैधता खरीदी जाती है, तत्पश्चात्, उपभोक्ता को केवल शेष टॉक-टाइम की पूर्ति करनी होती है। ऐसा करते समय उसे केवल टॉक टाइम ही खरीदना होता है और कुछ नहीं, जिससे उसे लागू करो के अलावा टॉक टाइम की वैल्यू हेतु ही भुगतान करना होता है। शायद ऐसे टॉक-टाइम टॉप-अप की बिक्री प्रक्रिया में ऐसे टॉक टाइम वाउचर की बिक्री को प्रशासित करते समय कुछ वाजिब लागत लेना तर्क संगत हो सकता है। किंतु इसे टॉक-टाइम वाउचर के मूल्य के संबंध में यथानुपात आधार पर लगाया और वसूल नहीं किया जा सकता है और न ही उद्ग्रहण उच्च रह सकता है, जैसाकि वर्तमान में बाजार में स्पष्ट। वायरलैस एक्सेस सेवा प्रदाता की टैरिफ विवरणियों से, प्राधिकरण ने यह नोट किया है कि गैर-आजीवन प्लान में भी टॉक-टाइम टॉप-अप पर काफी अधिक प्रोसेसिंग शुल्क लगाया जाता है जिसका लागत से कोई संबंध नहीं होता है।

30. टॉक टाइम टॉप-अप में शुल्क के उद्ग्रहण को सीमित करने का निर्णय, जैसा कि इस टैरिफ आदेश में अधिसूचित है, लेने से पूर्व प्राधिकरण ने विभिन्न प्रचालकों द्वारा टॉक-टाइम टॉप-अप में प्रोसेसिंग शुल्क लगाने के ढांचे पर काफी गौर किया। विश्लेषण से निम्नलिखित बातें पता चलीं:-

- जबकि कुछ सेवा प्रदाता पैक के मूल्य के प्रतिशत के रूप में प्रोसेसिंग शुल्क लगाते हैं, अन्य सेवा प्रदाता निर्धारित दरों पर प्रोसेसिंग शुल्क वसूलते हैं।
- सेवा प्रदाताओं के पास अलग-अलग प्रकार के प्लान के लिए प्रोसेसिंग शुल्क की अलग-अलग दरें हैं।
- कुछ प्रचालक पैक की कीमत के साथ प्रोसेसिंग शुल्क के स्तर को बढ़ा देते हैं और कुछ प्रचालकों के लिए यह विलोमतः अनुपाती होता है।
- पेपर टॉप-अप और ई-टॉप-अप में अलग-अलग प्रोसेसिंग शुल्क लगाया जाता है।

- कुछ ऐसे प्रचालक हैं जिनका प्रोसेसिंग शुल्क ढांचा 3/-रुपये से अधिक का नहीं होता है जबकि कुछ प्रचालक 95/-रुपये तक प्रोसेसिंग शुल्क लेते हैं। समान प्रचालक तथा समान सेवा क्षेत्र के लिए, प्रोसेसिंग शुल्क टॉप-अप के मूल्य में बहुत कम अंतर के साथ पर्याप्त रूप से अलग-अलग है।

31. इस तस्वीर को देखते हुए बुख के साथ यह कहना पड़ रहा है कि सेवा प्रदाताओं द्वारा जिस प्रकार से प्रोसेसिंग शुल्क लगाया जाता है उसमें पारदर्शिता और तार्किकता का नितांत अभाव है। प्रचालकों का यह कहना कि टैरिफ बाजारी शक्तियों से प्रभावित होता है, शुल्क लगाने के विषय में प्रासंगिक नहीं है। स्पष्ट रूप से प्राधिकरण द्वारा प्रचालकों को टैरिफ के निर्धारण में दी गई छूट का कुछ सेवा प्रदाता, सब्सक्राइबर्स से प्रोसेसिंग शुल्क लेने में भारी दुरुपयोग कर रहे हैं। इस मामले में प्राधिकरण का निर्णय ऐसी मनमानी के चलते बाध्य है तथा प्राधिकरण की मंशा प्रोसेसिंग शुल्क के तर्कसंगत ढांचे वाले सेवा प्रदाताओं को कोई भारी नुकसान पहुंचाए बिना सब्सक्राइबर्स के लिए उचित व्यवहार सुनिश्चित करना है।

32. प्राधिकरण का यह मत है कि प्रचालकों द्वारा प्रोसेसिंग शुल्क का निर्धारण करने में आनुपातिक संबंध निहित होना चाहिए तथा वे युक्तिसंगत होने चाहिए। कुछ प्रचालकों द्वारा प्रोसेसिंग शुल्क के रूप में लगाई गई रकम वाउचर के अधिकतम खुदरा मूल्य की कीमत के साथ बढ़ रही है। जब वैधता के लिए भुगतान किया गया हो और बेस प्लान में टैरिफ के बारे में बताया गया हो तो इतने अधिक प्रोसेसिंग शुल्क का कोई औचित्य नहीं है। ऐसा करना स्थगन की नीति का दुरुपयोग करने के समान ही है, विशेष रूप से तब, जब प्राधिकरण द्वारा प्रचालकों को एक पारदर्शी तरीके से सेवा प्रावधान की लागत की वसूली करने की छूट दी गई हो।

33. कुछ सेवा प्रदाताओं ने एक अन्य मुद्दा यह भी उठाया कि टॉक-टाइम टॉप-अप पर प्रोसेसिंग शुल्क की अनुमति न देने संबंधी प्रस्तावित अधिदेश पहले के संचिदात्मक प्लानों की

व्यवहार्यता को प्रभावित करेगा। चालू वर्ष की शुरुआत में पहले शुरू किए गए आजीवन टैरिफ प्लानों के नए संस्करणों के मामले में, टॉक-टाइम वाउचर पर यथानुपात आधार पर प्रोसेसिंग शुल्क लगाने का प्रावधान था। उस समय, सेवा प्रदाताओं ने टॉक-टाइम वाउचर पर यथानुपात प्रोसेसिंग शुल्क लगाने को इस आधार पर तर्कसंगत ठहराने की मांग की थी कि टैरिफ के प्रमुख भाग अर्थात् स्थानीय कॉल प्रभारों को घटाकर लगभग आधा (1 रुपये प्रति मिनट तक) कर दिया गया है और इसलिए यह एक प्रकार से टैरिफ में कटौती से संबद्ध है। बाजार में बाद में हुई गतिविधियों से यह खुलासा हुआ कि स्थानीय प्रभार लगभग उसी स्तर पर आ गए हैं जिसने कि आजीवन टैरिफ प्लानों के नए संस्करण में पेशकश की गई थी, जो यह दर्शाता है कि गैर-आजीवन प्री-पेड ग्राहकों के लिए भी सामान्य गिरावट हुई है। वास्तव में इन प्रस्तावों में विनिर्दिष्ट रिचार्ज शर्तें 6 महीने में एक बार 200/-रुपये का न्यूनतम रिचार्ज सुनिश्चित करती हैं, जिसकी अनुमति नहीं दी गई है। इस प्रकार, उद्योग में प्रचलित व्यवहार इस तथ्य की ओर इशारा करता है कि टॉप-अप में पूरा टॉक-टाइम देने के प्रावधान से बाजार में इस समय उपलब्ध टैरिफ प्रस्तावों की व्यवहार्यता पर कोई प्रभाव पड़ने की संभावना नहीं है। अतः यह आशंका कि टॉक-टाइम टॉप-अप पर प्रोसेसिंग शुल्क के उद्ग्रहण को प्रतिषेध करने का निर्णय वर्तमान में अनुबंधित प्लानों की व्यवहार्यता को प्रभावित करेगा, तथ्यों से परे है।

34. इसके अतिरिक्त, उद्योग के प्रतिनिधियों के साथ हुई चर्चा से यह बात समझ में आती है कि आज लगभग 80% रिचार्ज, ई-रिचार्ज के माध्यम से हो रहे हैं और इसकी प्रशासनिक लागत, डीलर के कमीशन को छोड़कर लगभग 'शून्य' आती है। अतः मूल्य-वर्ग की कीमत और प्री-पेड प्लान और उसके गैर-संभावित उपयोग पर ध्यान दिए बिना, जैसीकि कुछ प्रचालकों ने मांग की है, टॉक-टाइम टॉप-अप पर 2/-रुपये प्रति टॉप-अप का प्रोसेसिंग शुल्क/प्रशासनिक शुल्क लगाने को सीमित करने वाले अधिदेश से वित्तीय व्यवहार्यता के मुद्दों को उठाने की संभावना नहीं है।

35. टॉक-टाइम टॉप-अप वाउचरों पर प्रोसेसिंग शुल्क पर रोक लगाने के बारे में सेवा प्रदाताओं और उनके संघों द्वारा के एक अनुरोध में यह बताया गया है कि प्रत्येक टॉप-अप पर 2/- रुपये की सीमा लगाना टॉक-टाइम वाउचर की बिक्री संबंधी प्रशासनिक लागत की वसूली करने हेतु पर्याप्त नहीं है। उनके दावे के अनुसार रिचार्ज वाउचरों संबंधी प्रशासनिक लागत की श्रेणी में वितरण लागत, आईएन अनुरक्षण लागत, वितरक और खुदरा विक्रेता का कमीशन, रिचार्ज वाउचरों की प्रिंटिंग और विज्ञापन तथा प्रचार लागत शामिल है। प्राधिकरण ने यह नोट किया है कि लागत की यह सभी श्रेणियां, जैसाकि सेवा प्रदाताओं ने दावा किया है, टॉक-टाइम टॉप-अप वाउचरों, जिनके लिए 2/- रुपये प्रति टॉप-अप सीमा विनिर्दिष्ट है, की बिक्री को प्रशासित करने हेतु प्रासंगिक नहीं है। विज्ञापन और प्रचार, आईएन अनुरक्षण लागत जैसी लागतों की ये श्रेणियां निश्चित रूप से इस प्रयोजन हेतु संगत नहीं मानी गई है। इसी प्रकार, वितरण लागत को वितरक तथा खुदरा विक्रेता के कमीशन पर आई लागत से अलग नहीं किया जा सकता है। रिचार्ज वाउचरों की प्रिंटिंग लागत की एक संगत मद है, किंतु काफी समय से, उद्योग सूत्रों के अनुसार, रिचार्ज का यह तरीका महत्वहीन बन गया है। इस संबंध में बाजारी आसूचना से यह पता चला है कि प्री-पेड रिचार्ज से अधिकांश राजस्व प्राप्ति इलेक्ट्रॉनिक रिचार्ज के माध्यम से हुई है जिसमें वाउचरों की वास्तव में प्रिंटिंग और उसका वितरण नहीं होता है। आमतौर पर टॉप-अप वाउचरों की बिक्री हेतु लागत वसूली की संपूर्णता में देखा जाना चाहिए। डाटाबेस और अन्य संबंध बिलिंग प्रणाली के अनुरक्षण के प्रयोजनार्थ मौजूद अवसंरचना अमाप्य है क्योंकि सेवा प्रदाताओं के लिए उसी ग्राहक हेतु विभिन्न प्रकार के उत्पादों की बिक्री से राजस्व प्राप्ति के कई स्रोत हैं जैसे-वैधता कूपनों की बिक्री, छूट वाले टैरिफ वाउचरों की बिक्री, रिचार्ज वाउचर/वैधता वाले कूपन, टैरिफ आदि और एड ऑन पैक, एसएमएस पैक की बिक्री तथा इन उत्पादों हेतु टैरिफ स्थगनाधीन है। अतः कुछ अवसंरचनात्मक सुविधा की लागत वसूली को सेवा प्रावधान पर खर्च, समग्र लागत तथा सभी उत्पादों की बिक्री से उद्भूत समग्र राजस्व के संबंध में देखे जाने की जरूरत है। इस संबंध में, सेल्युलर सेवा प्रदाताओं की प्रचालन लागत परीक्षण के लिए सर्वाधिक उपयुक्त मापदण्ड हो सकता है। उद्योग के एक प्रमुख खंड, सेल्युलर सेवा प्रावधान की प्रचालन लागतों में प्रवृत्तियों की प्रकाशित आंकड़ों के आधार पर जांच की गई है।

भारत में सेल्युलर सेवा प्रावधान की प्रचालन लागत की प्रवृत्ति

वर्ष	प्रचालन लागत / सब्सक्राइबर / महीना (रुपये)
2003	288
2004	193
2005	159
2006	148
2007	128

स्रोत: सेल्युलर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया²

36. जैसा कि उपर्युक्त सारणी से स्पष्ट है, गत पांच वर्षों के दौरान प्रति सब्सक्राइबर प्रतिमाह प्रचालन लागत में 55 प्रतिशत की कमी आई है। पिछले वर्ष में ही, प्रचालन लागत में 13 प्रतिशत की कमी दर्ज की गई।

37. प्राधिकरण ने विश्लेषण के परिणाम की अन्य प्रमुख पैरामीटर अर्थात् निवल सेवा राजस्व के साथ प्रचालन लागत को संबद्ध करके जांच की।

निवल सेवा राजस्व प्रतिशत के रूप में प्रचालन लागत की प्रवृत्ति

प्रचालन लागत की श्रेणी	2003	2007	गिरावट का प्रतिशत
प्रशासनिक लागत	9%	7%	22%
व्यक्तिगत लागत	9%	5%	44%
बिक्री और विपणन लागत	19%	13%	46%
नेटवर्क प्रचालन लागत	21%	19%	9.5%

स्रोत: सेल्युलर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया³

² इंडियन जीएसएम सेल्युलर बेंचमार्किंग स्टडी 2007, सीओएआई, नई, 2008, नई दिल्ली

³ इंडियन जीएसएम सेल्युलर बेंचमार्किंग स्टडी 2007, सीओएआई, नई, 2008, नई दिल्ली

38. ऊपर दी गई सामग्री में निवल सेवा राजस्व के अनुपात के रूप में प्रचालन लागत में गिरावट स्वतः स्पष्ट है और पहले यह प्रचालन लागत प्रवृत्ति के बारे में किए गए अध्ययन से प्राप्त परिणाम की पुष्टि करता है। ये साक्ष्य यह सिद्ध करते हैं कि न केवल प्रचालन लागत में पूरी तरह से अपितु सापेक्षिक रूप से भी गिरावट आई है। सामान्य तौर पर दूरसंचार क्षेत्र में तथा विशेष रूप से मोबाइल टेलीफोनी में सेवाएँ देने की लागत में लंबे समय से गिरावट आने के कारणों का विस्तृत विश्लेषण व्यापक तौर पर दिनांक 24.1.2007⁴ के टीटीओ के व्याख्यात्मक ज्ञापन में दिया गया है।

39. चाहे हम प्रति सब्सक्राइबर आधार पर प्रचालन लागत देखें अथवा निवल सेवा राजस्व के प्रतिशत के रूप में प्रचालन लागत, प्रवृत्ति से यह पता चलता है कि सामान्य तौर पर प्रचालन लागत और कुल मिलाकर प्रचालन लागत के सभी पहचान योग्य संघटकों में भारी गिरावट आई है। बिक्री और विपणन लागत विशेष महत्व की चीज हैं और उनमें वर्ष 2003 से 2007 की अवधि के दौरान लगभग 46% की गिरावट दर्ज की गई है। सेवा प्रदाताओं और उनके संघ ने प्राधिकरण के समक्ष सबूत के साथ ऐसी कोई बात नहीं कही है कि संगत लागत की पूर्ति के लिए प्रति टॉप-अप 2/-रुपये की राशि अपर्याप्त है। वस्तुतः प्राधिकरण ने इस मुद्दे पर सेवा प्रदाताओं से अलग बैठक में चर्चा की थी और यह बात सिद्ध करने हेतु कोई हिसाब नहीं दिखाया गया कि टॉक-टाइम वाउचरों की बिक्री लागत की पूर्ति हेतु प्रति टॉप-अप 2/-रुपये की राशि अपर्याप्त है।

40. यद्यपि, प्राधिकरण, प्रचालकों के इन विचारों से पूर्णतया सहमत है कि टैरिफ में लचीलापन इस क्षेत्र के विकास के लिए अनिवार्य है, उसका दृढ़ विश्वास है कि टैरिफ प्रस्तावों में पारदर्शिता से समझौता नहीं किया जा सकता है। टॉक-टाइम वाउचर में प्रोसेसिंग शुल्क निश्चित रूप से छुपी हुई लागत है। इस संबंध में प्राधिकरण का प्रोसेसिंग शुल्क को 2/-रुपये (सीमा के रूप में) की प्रशासनिक लागत पर सीमित करने का निर्णय उपभोक्ता

⁴ दूरसंचार टैरिफ (44वां संशोधन) आदेश, 2007 दिनांक 24.1.2007, पैरा सं0 11.13-11.16, भारत का राजपत्र

द्वारा टैरिफ प्लानों की तुलना करके उसे एक सोचा-समझा विकल्प बनाने में अतिरिक्त लाभदायक सिद्ध होगा।

आजीवन प्लानों तथा टैरिफ कटीती आदि पर निर्णय

41. विद्यमान टैरिफ आदेश के अन्य तीन प्रस्तावित उपबंधों का मुख्य रूप से आशय टैरिफ प्रस्तावों के मामले में पारदर्शिता बढ़ाना है। ये प्रस्ताव सेवा प्रदाताओं के मध्य पर्याप्त रूप से स्वीकार्य हैं, जैसाकि सेवा प्रदाताओं/उनके संघों की प्रतिक्रियाओं से पता चलता है।

आजीवन प्लानों के बारे में निर्णय

42. सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान किए गए प्रारम्भिक आजीवन प्लानों में 1000 रु0 तक का अपफ्रंट भुगतान था तथा स्थानीय कॉल की दरें 1.99 रु0/मिनट थी। हाल ही में, अनेक सेवा प्रदाताओं ने अत्यंत कम अपफ्रंट भुगतान के साथ नए आजीवन प्लान प्रारंभ किए जो 495 रु0 से लेकर 195 रु0 तक थे तथा उनमें 1 रु0 मिनट की निम्न कॉल दर थी। तथापि, कुछ सेवा प्रदाताओं ने विद्यमान आजीवन ग्राहकों को नई आजीवन स्कीमों में स्थानांतरण प्रदान नहीं किया, हालांकि उन्होंने नए ग्राहकों की तुलना में उच्च प्रवेश शुल्क का भुगतान किया था, इस प्रकार उन्हें कम कॉल प्रभारों के लाभ से वंचित कर दिया गया। कुछ मामलों में यह भी पाया गया कि विद्यमान सब्सक्राइबरों को गैर-सब्सक्राइबरों के लिए लागू कॉल प्रभारों के समकक्ष निम्न कॉल प्रभार का लाभ उठाने के लिए एकबारीय प्रभार अथवा विशेष रीचार्जों के माध्यम से आवर्ती शुल्क अदा करने के लिए कहा जा रहा है। ऐसे अनुचित तरीके प्राधिकरण के कतिपय विद्यमान अधिदेशों के अनुरूप नहीं हैं जिनमें पेशकश किए जाने पर स्थानांतरण शुल्क की प्रकृति की किसी भी फीस का भुगतान किए बिना सब्सक्राइबर के एक प्लान से दूसरे प्लान के स्थानांतरण का उपबंध है। ऐसे प्रति-उपभोक्ता उपायों का निवारण इसे तथा प्लानों में उपभोक्ताओं के स्वतंत्र एवं उचित स्थानांतरण को सुनिश्चित करने के लिए प्राधिकरण ने टीटीओ 1999 के उपबंधों को आगे स्पष्ट करना उपयुक्त समझा कि ऐसे मामलों में जहां

किसी विद्यमान आजीवन वैधता प्लान अथवा असीमित वैधता प्लान का कोई सब्सक्राइबर किसी नए कम प्रवेश शुल्क वाले आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरण का विकल्प चुनता है, तो सेवा प्रदाता ऐसे स्थानांतरण की अनुमति के लिए कोई अपक्रंट भुगतान अथवा आवर्ती प्रभार उद्ग्रहित नहीं करेगा।

43. बाजार में मौजूद आजीवन स्कीमें सामान्यतया उपभोक्ता से एक निर्दिष्ट अवधि, जो साधारणतया या छह माह की होती है, पर एक न्यूनतम रीचार्ज करने की अपेक्षा करती है। परंतु प्राधिकरण को सेवा प्रदाताओं से प्रस्ताव भी प्राप्त हुए हैं, जहां प्राधिकरण का यह मत है कि ऐसे अत्यंत छोटे अंतरालों पर रीचार्ज निर्दिष्ट करना आजीवन प्लानों की "वैधता की" विशेषता को हल्का बना देगा तथा उसे कुल मिलाकर ऐसे सामान्य प्रीपेड प्लानों के समान बना देगा जिनमें छोटे अंतरालों पर रीचार्जों की अपेक्षा होती है। इस टैस्कि आदेश के माध्यम से प्राधिकरण ने यह निर्णय लिया है कि सेवा प्रदाता आजीवन प्लानों में छह माह से कम की अवधि के बीच रीचार्जों पर जोर नहीं डालेंगे।

44. प्राधिकरण ने यह भी नोट किया है कि यदि ग्राहक एक निर्दिष्ट समयावधि के पश्चात् न्यूनतम रीचार्ज की शर्त को पूरा करने में असफल रहता है, तो उसका कनेक्शन काटा जा सकता है। ग्राहक आगामी अवधि में रीचार्जिंग के दिनों का ध्यान रखने में असफल हो सकता है तथा इसके परिणामस्वरूप उसका कनेक्शन व्यक्तिगत कार्यक्रम के द्वारा न चाहते हुए भी कट जाता है। व्यक्तिगत कार्यक्रम द्वारा ऐसे विच्छेदों की घटनाओं को न्यूनतम बनाने के लिए प्राधिकरण ने यह परामर्शनीय समझा कि सेवा प्रदाताओं को ऐसे रीचार्ज कराने की नियत तारीख से पूर्व एसएमएस अथवा कस्टमर केयर कॉल के माध्यम से उपभोक्ताओं को स्मरण कराने के प्रयास करने चाहिए। तथापि, यह उपभोक्तानुकूल उपाय सब्सक्राइबरों को संपर्क में बने रहने के लिए विनिर्दिष्ट अंतरालों पर रीचार्ज कराने के उनके संविदात्मक दायित्व का सम्मान न करने से प्रतिबाधित नहीं करता है।

सब्सक्राइबर्स को प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के लाभ की बिना शर्त उपलब्धता से संबंधित निर्णय

45. कुछ सेवा प्रदाताओं ने टैरिफों में सामान्य कटौती की पेशकश की है तथा उन्हें विज्ञापित किया है। परंतु कम किए गए टैरिफ का लाभ केवल ऐसे उपभोक्ताओं तक ही सीमित था जो किसी पूर्व-परिभाषित संख्या आदि पर एसएमएस भेजकर कम किए गए टैरिफ के लिए उनके विकल्प का प्रयोग कर सकते हैं। प्राधिकरण ने यह जानने के बाद कि प्रस्ताव के साथ जुड़ी पूर्व-शर्तें अनुचित और अयुक्तिसंगत हैं, ऐसे घोषित व विज्ञापित किए गए निम्न टैरिफों के क्रियान्वयन की अनुमति प्रदान नहीं की है। भविष्य में ऐसे अनुचित साधनों की पुनरावृत्ति को रोकने के लिए प्राधिकरण ने इस टैरिफ संशोधन आदेश के द्वारा अधिदेशित किया कि "प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के ऐसे मामलों में, जहां प्रचालक की घोषित मंशा बिना किसी संलग्न देयता के सभी सब्सक्राइबर्स को लाभ प्रदान करना है, वहां सब्सक्राइबर्स की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की कोई पूर्व-शर्त नहीं होनी चाहिए।"

46. इस आदेश में अंतर्विष्ट सभी निर्णय, प्लान और बिलिंग प्लेटफार्म पर ध्यान दिए बगैर, सभी नए और वर्तमान ग्राहकों पर लागू होंगे तथा 15 सितम्बर, 2008 से प्रभावी होंगे।

47. परामर्श प्रक्रिया के दौरान प्राधिकरण ने टैरिफ आदेशों के मामले में पारदर्शिता में आगे सुधार करने के लिए पणधारकों से विभिन्न सुझाव प्राप्त हुए। प्राधिकरण ने इन सुझावों पर विचार किया तथा अलग से एक निदेश जारी किया जिसमें टैरिफ प्रस्तावों के मामले में पारदर्शिता बढ़ाने तथा सुनिश्चित करने के लिए अनेक उपभोक्तानुकूल विनियामक सुझाव जारी किए गए।

48. दूरसंचार टैरिफ आदेश के संशोधनों की विशेषताओं का सारांश नीचे दिया गया है:-

- 1) प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में, जहां प्रचालक का घोषित आशय बिना किन्हीं संलग्न देयताओं के सभी सब्सक्राइबर्स का लाभ प्रदान करना है, वहां सब्सक्राइबर की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की कोई पूर्व-शर्त नहीं होगी।

- 2) टॉक टाइम मूल्य के प्रावधान हेतु अनन्य रूप से आशयित रीचार्जों पर लागू करों के अलावा कोई अन्य स्थायी शुल्क उद्ग्रहित नहीं किया जाएगा। तथापि, सेवा प्रदाता प्रशासनिक लागतों के रूप में एक साधारण शुल्क प्रभारित कर सकता है जो 2 रुपये प्रति टॉप अप से अधिक नहीं होंगे।
- 3) ऐसे मामलों में, जहाँ किसी विद्यमान आजीवन वैधता वाले प्लान अथवा असीमित वैधता के प्लान का सम्स्क्राइबर न्यूनतम प्रवेश शुल्क के साथ किसी नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरित होने का विकल्प चुनता है, वहाँ सेवा प्रदाता ऐसे स्थानांतरण की अनुमति के लिए किसी प्रत्यक्ष भुगतान अथवा आवर्ती प्रभार अथवा शुल्क का उद्ग्रहण नहीं करेगा।
- 4) यदि किसी आजीवन प्लान/असीमित वैधता वाले प्लान के निबंधन और शर्तों में किन्हीं विनिर्दिष्ट अंतरालों पर रीचार्ज की न्यूनतम राशि को कोई शर्त शामिल है, तो ऐसा अंतराल न्यूनतम छह माह होगा। इन प्लानों में रीचार्ज की विनिर्दिष्ट अवधि, यदि कोई है, की समाप्ति से पूर्व सेवा प्रदाताओं द्वारा उपभोक्ताओं को पूर्व में ही स्मरण कराया जाना होगा ताकि व्यतिक्रम से विच्छेद से बचा जा सके।

व्याख्यात्मक ज्ञापन का अनुलग्नक 'क'

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण

विषय:— जनवरी, 2008 में प्रारंभ की गई परामर्श-प्रक्रिया के अगले चरण के रूप में दूरसंचार टैरिफ आदेश, 1999 में कतिपय संशोधनों पर संक्षिप्त परामर्श।

दिनांक: 23 जुलाई, 2008

पृष्ठभूमि

एक्सेस सेवा उपलब्ध कराने में टैरिफ संबंधी पेशकशों में पारदर्शिता से संबंधित विनियामक ढांचे की समीक्षा के उद्देश्य से प्राधिकरण द्वारा एक परामर्श-प्रक्रिया आरंभ की गई थी, क्योंकि उपभोक्ताओं के मध्य यह भावना है कि सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जा रही

टैरिफ पेशकशें पारदर्शी और ग्राहकोन्कूल नहीं हैं। इस प्रक्रिया के भाग के रूप में, प्राधिकरण ने इस वर्ष के प्रारंभ में "एक्सेस सेवा प्रावधान में टैरिफ पेशकशों की बहुतायत के कारण उत्पन्न होने वाले मुद्दे" नामक परामर्श-पत्र जारी किया। इसके पश्चात् अहमदाबाद और जयपुर में ओपन हाउस चर्चाएं हुईं।

पणधारकों से प्राप्त प्रतिक्रिया के आधार पर प्राधिकरण का यह मत है कि दूरसंचार टैरिफ आदेश, 1989 के विद्यमान उपबंधों में कतिपय संशोधन किए जाने की आवश्यकता है ताकि एक्सेस सेवा प्रावधान में टैरिफ की पेशकशों में पारदर्शिता को और बढ़ाया जा सके। दूरसंचार टैरिफ आदेश में संशोधनों के रूप में किए जाने वाले परिवर्धनों को नीचे सारांश रूप में प्रस्तुत किया गया है:-

1) टैरिफ के किसी भी खंड में वृद्धि के संबंध में किसी एक्सेस सेवा उपभोक्ता को उपलब्ध न्यूनतम संरक्षण अवधि को वर्तमान व्यवस्था, जोकि 6 माह का संरक्षण का उपबंध करती है, की तुलना में किसी टैरिफ प्लान में नामांकन की उसकी तारीख से 12 माह तक बढ़ाने का प्रस्ताव है। तथापि, आजीवन सब्सक्राइबर और लंबी अवधि की वैधता वाले सब्सक्राइबर उपभोक्ताओं द्वारा आजीवन तथा दीर्घ अवधियों की वैधता के संबंध में संरक्षित किए जाते रहेंगे।

2) प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में, जहां प्रचालक का घोषित आशय बिना किन्हीं संलग्न देयताओं के सभी सब्सक्राइबरों का लाभ प्रदान करना है, वहां सब्सक्राइबर की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्रवाई की कोई पूर्वापेक्षा नहीं होगी।

3) ऐसे मामलों में, जहां किसी विद्यमान आजीवन वैधता वाले प्लान अथवा असीमित वैधता के प्लान का सब्सक्राइबर न्यूनतम प्रवेश शुल्क के साथ किसी नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरित होने का विकल्प चुनता है, वहां सेवा प्रदाता ऐसे स्थानांतरण की अनुमति के लिए किसी प्रत्यक्ष भुगतान अथवा आवर्ती प्रभार अथवा शुल्क का उद्ग्रहण नहीं करेगा।

4) टॉक टाइम मूल्य के प्रावधान हेतु अन्य रूप से आशयित रीचार्जों पर लागू करें के अलावा कोई अन्य स्थायी शुल्क उद्ग्रहित नहीं किया जाएगा। तथापि, सेवा प्रदाता प्रशासनिक लागतों के रूप में एक साधारण शुल्क प्रसारित कर सकता है जो 2 रुपये प्रति टॉप अप से अधिक नहीं होंगे।

5) यदि किसी आजीवन प्लान/असीमित वैधता वाले प्लान के निबंधन और शर्तों में किन्हीं विनिर्दिष्ट अंतरालों पर रीचार्ज की न्यूनतम राशि को कोई शर्त शामिल है, तो ऐसा अंतराल न्यूनतम छह माह होगा। इन प्लानों में रीचार्ज की विनिर्दिष्ट अवधि, यदि कोई है, की समाप्ति से पूर्व सेवा प्रदाताओं द्वारा उपभोक्ताओं को पूर्व में ही स्मरण कराया जाना होगा ताकि व्यतिक्रम से विच्छेद से बचा जा सके।

मसौदा दूरसंचार टैरिफ आदेश संशोधन टैरिफ पेशकों में उक्त संदर्भित पहलुओं को कवर करने के लिए उपबंधों का समावेश करता है।

पणधारकों से अनुरोध है कि वे दूरसंचार टैरिफ आदेश में संशोधन के प्राधिकरण के इन प्रस्तावों पर अपना दृष्टिकोण, यदि कोई है, व्यक्त करें।

बेहतर होगा कि आप इलेक्ट्रॉनिक रूप में लिखित विचार प्रस्तुत करें तथा इन्हें 31 जुलाई, 2008 तक अथवा उससे पूर्व प्रस्तुत कर दिया जाए।

मसौदा दूरसंचार टैरिफ (48वां संशोधन) आदेश, 2008 का पूर्ण पाठ इसके साथ संलग्न है।

व्याख्यात्मक ज्ञापन का अनुलग्नक 'ख'

ट्राई द्वारा संक्षिप्त परामर्श के लिए प्रस्तुत मसौदा टीटीओ में निहित प्रस्तावों पर प्रचालकों तथा उनके संघों से प्राप्त प्रतिक्रियाएं

प्रस्ताव 1 :

टैरिफ के किसी भी खंड में वृद्धि के संबंध में किसी एक्सेस सेवा उपभोक्ता को उपलब्ध न्यूनतम संरक्षण अवधि को वर्तमान व्यवस्था, जोकि 6 माह का संरक्षण का उपबंध करती है, की तुलना में किसी टैरिफ प्लान में नामांकन की उसकी तारीख से 12 माह तक बढ़ाने का प्रस्ताव है। तथापि, आजीवन सब्सक्राइबर और लंबी अवधि की वैधता वाले सब्सक्राइबर उपभोक्ताओं द्वारा आजीवन तथा दीर्घ अवधियों की वैधता के संबंध में संरक्षित किए जाते रहेंगे।

सीओएआई

- भारतीय बाजार विश्व में सबसे तेजी से विकसित होने वाला मोबाइल बाजार है जिसमें प्रति माह 8-9 मिलियन सब्सक्राइबरों की वृद्धि हो जाती है तथा गहन प्रतिस्पर्धा ही इसकी विशेषता है। ये टैरिफ प्लान प्रतिस्पर्धा को प्रतिबिंबित करते हैं तथा उनमें हस्तक्षेप किए जाने से सब्सक्राइबरों की बढ़ती हुई मांगों और उनकी विशिष्ट एवं निरंतर बढ़ती हुई आवश्यकताओं की पूर्ति करने का लचीलापन सीमित हो जाएगा।
- मोबाइल बाजार उल्लेखनीय रूप से परिपक्व हुआ है तथा उच्च प्रतिस्पर्धा के वर्तमान स्तर को ध्यान में रखते हुए, हम मानते हैं कि सूक्ष्म प्रबंधन की आवश्यकता नहीं है। अतः हम यह कहना चाहते कि प्राधिकरण द्वारा सुझाए गए संशोधन वांछनीय नहीं हैं तथा ये विकास को बनाए रखने के वृहद परिप्रेक्ष्य को कायम रखने में असफल रहेंगे।
- मूल्य संरक्षण केवल एकाधिकारप्राप्त परिवेश में ही आवश्यक है। भारतीय मोबाइल क्षेत्र में गहन प्रतिस्पर्धा पहले से ही विद्यमान है। प्रत्येक परिमंडल में 7-8 प्रतिस्पर्धी पहले ही मौजूद हैं तथा भविष्य में इनकी संख्या बढ़कर 10 से 12 होने वाली है। अतः हमें एक गहन प्रतिस्पर्धी परिदृश्य प्राप्त होगा, जहां श्रेष्ठ पेशकशों के साथ 10 से 12 प्रतिस्पर्धी कीमतों की ग्राहकों के पीछे दौड़ते दिखाई देंगे। मोबाइल क्षेत्र में गहन प्रतिस्पर्धी परिदृश्य को ध्यान में रखते हुए 6 माह की न्यूनतम संरक्षण अवधि की भी आवश्यकता नहीं है।
- ग्राहकों के लिए प्रवेश लागत वास्तविक तौर पर शून्य बन गई है, अतः सब्सक्राइबर आसानी से किसी अन्य सेवा प्रदाता के पास जा सकता है।
- प्राधिकरण तथा सरकार मोबाइल नम्बर पोर्टेबिलिटी की शुरुआत के लिए सक्रिय रूप से कार्य कर रहे हैं जिसके परिणामस्वरूप अपना नम्बर खो देने की सब्सक्राइबर की चिंता का समाधान हो जाएगा।

- सब्सक्राइबर्स को बिना किसी लागत के विभिन्न टैरिफ प्लानों में बिना किसी परेशानी के स्थानांतरण करने की अनुमति प्राप्त है।
- प्राधिकरण द्वारा अपनाई जाने वाली टैरिफ स्थगन की अवधारणा में यह कल्पित है कि बाजार में उच्च प्रतिस्पर्धा व्याप्त है, अतः मूल्य-निर्धारण के सूक्ष्म प्रबंधन की आवश्यकता नहीं है और टैरिफ निर्धारण की अनुमति बाजार की शक्तियों को प्रदान कर दी जानी चाहिए।
- आज के समृद्ध मोबाइल बाजार में, जहां मूल्यों की प्रवृत्ति नकारात्मक दिखाई पड़ रही है, प्रचालकों के लिए यह पूर्णतः अव्यवहार्य बन जाता है कि वे उपभोक्ताओं को हानि पहुंचाने के लिए अपने टैरिफों में बार-बार संशोधन करें।
- न्यूनतम संरक्षण की अवधि में 6 माह के स्थान पर 12 माह की वृद्धि किए जाने से प्रचालकों की प्रशासनिक लागत में वृद्धि होगी।
- जबकि भारतीय अर्थव्यवस्था मुद्रास्फीति के उच्च स्तर के कारण चरमरा रही है, मोबाइल दूरसंचार ही एकमात्र ऐसा खंड है जहां टैरिफ निरंतर गिरते जा रहे हैं। यह क्षेत्र बढ़ती हुई लागतों-मुद्रास्फीति को निरंतर अवशोषित करने का घोर दबाव झेल रहा है। जहां एक ओर अन्य सेवाओं/अवसरचनात्मक क्षेत्रों जैसे विद्युत, गैस, पानी आदि में उपभोक्ता टैरिफ में वृद्धि के साक्षी रहे हैं, मोबाइल दूरसंचार ही केवल ऐसा सेवा क्षेत्र है जहां टैरिफों में कमी हुई है तथा अभी भी हो रही है।
- सब्सक्राइबर के नामांकन की तारीख से किसी टैरिफ प्लान में किसी टैरिफ घटके में वृद्धि के लिए छह माह की पूर्व की समयावधि स्वयं में ही एक संख्य अपेक्षा है, तथा इसे 12 माह तक बढ़ाया जाना व्यवहार्य नहीं होगा।
- 31वें संशोधन के उपबंधों द्वारा टैरिफ प्लानों के लिए विनिर्दिष्ट 6 माह की न्यूनतम वैधता अवधि को या तो बनाए रखा जाना चाहिए अथवा समाप्त कर दिया जाना चाहिए।

एयूसपीआई/टाटा

- आज के बाजार की परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए 31वें संशोधन के उपबंध अव्यवहार्य हैं। आज हर रोज नई-नई प्रौद्योगिकियों का अभ्युदय हो रहा है तथा प्रतिस्पर्धी तदनुसार नए टैरिफ प्रारंभ कर रहे हैं। विनियामक प्रणाली में अत्यधिक बदलाव आया है। अतः ऐसे गतिशील तथा निरंतर बदलते हुए टैरिफ परिवेश में इस संशोधन का अनुपालन करना अत्यंत अव्यवहार्य है।
- 6 माह के आधार पर सब्सक्राइबर्स से जुड़े रहना बिलिंग प्रणाली के लिए अत्यंत जटिल हो गया है। उदाहरण के लिए, यदि कोई सब्सक्राइबर 1 जनवरी को कोई प्लान लेता है, तो इसका अर्थ यह है कि वह उस टैरिफ का लाभ 1 जुलाई तक उठाएगा, तथापि, 30 जून को वही टैरिफ लेने वाले किसी अन्य सब्सक्राइबर के लिए, वही लाभ 31 दिसम्बर तक प्रदान किए जाने की आवश्यकता होगी। अतः यदि विनियामक प्रणाली

बदल जाती है तथा यह एक घाटे का टैरिफ है, तो सेवा प्रदाता को उसे ग्राहकों के उस वर्ग को प्रदान किए जाने की अपेक्षा होगी।

- जैसा कि विगत में बेहतर रूप से स्पष्ट है, ट्राई ने भारतीय दूरसंचार उद्योग तथा अंतरराष्ट्रीय व्यवहारों के आधार पर आईयूसी प्रणाली में परिवर्धन/संशोधन किया है। ऐसा कोई भी परिवर्धन प्रचालकों द्वारा प्रदान किए जा रहे टैरिफों को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करता है। इसके परिणामस्वरूप सब्सक्राइबर टैरिफों में वृद्धि के रूप में प्रभाव पड़ सकता है। अतः टैरिफों में इस वृद्धि का तात्पर्य टीटीओ संशोधन के किसी उत्प्लंघन के रूप में नहीं लगाया जाना चाहिए क्योंकि प्रचालक इस वृद्धि के लिए उत्तरदायी नहीं है, बल्कि इसके जिम्मेदार विनियामक प्रणाली में हुए वे परिवर्तन हैं जिन्होंने टैरिफों में यह वृद्धि करने को बाध्य किया है।
- प्राधिकरण उच्च मुद्रास्फीति की परिस्थितियों से भी अवगत है जो फिलहाल विद्यमान है तथा जिनके अभी देश में बने रहने की संभावना है। दूरसंचार टैरिफ ही केवल ऐसा अपवाद है जहां दरें कम हुई हैं। निवेश संबंधी लागतों में वृद्धि हो रही है तथा आप अवगत ही होंगे कि उपभोक्ताओं के लिए टैरिफों की पेशकश थोड़ी समयावधि के लिए विद्यमान लागतों तथा लागत बजट के आधार पर की जाती है।
- 6 माह की वर्तमान समयावधि स्वयं में ही सब्सक्राइबर को मूल्य-वृद्धि के विरुद्ध सुरक्षित रखने के लिए एक बहुत लंबा समय है। मूल्यों में हो रही विद्यमान वृद्धि को ध्यान में रखते हुए यह उचित होगा कि सब्सक्राइबरों को मूल्य-वृद्धि के विरुद्ध कोई आश्वासन प्रदान न किया जाए।
- देश में विद्यमान मुद्रास्फीति की परिस्थितियों के अंतर्गत मूल्य-वृद्धि को स्थिर बनाया जाना घोर अनुचित होगा।
- इस अवधि के लिए आश्वासन अवधि को बढ़ाए जाने के इस प्रस्ताव का कारण हमारी समझ से बाहर है।
- इसके अलावा, नामांकन के समय के आधार पर सब्सक्राइबरों को श्रेणीबद्ध करना भेदभावपूर्ण है क्योंकि यह समान रूप से रखे गए सब्सक्राइबरों के लिए अलग-अलग टैरिफ प्रदान करेगा। टीटीओ (31वां संशोधन) के प्रावधान इंगित करते हैं कि ऐसे सब्सक्राइबर, जो एक लंबी अवधि के लिए टैरिफ प्लान पर हैं, ऐसे सब्सक्राइबरों को प्रभावित करेंगे जिन्होंने उसी टैरिफ प्लान को पिछले ही छह माह में अपनाया है। प्रस्तावित संशोधन वर्तमान एक वर्ष से एक वर्ष के लिए संरक्षण को बढ़ा देगा और इसके लिए एक दीर्घावधि के लिए प्रति-सहायता की आवश्यकता होगी।
- जब जनोपयोगी सुविधाओं जैसे गैस, पानी और बिजली के लिए मूल्यों में वृद्धि की जाती है, तो वह सभी उपभोक्ताओं के लिए लागू होती है तथा केवल ऐसे उपभोक्ताओं के छोटे समूह तक ही सीमित नहीं होती, जिन्हें ये सेवाएं हाल ही में प्रदान की गई हैं। उपभोक्ताओं के एक वर्ग को कम दरों पर सेवाएं उपलब्ध कराना संविधान के अनुच्छेद 14 के निबंधनों तथा टीटीओ, 99 की धारा 2C में निर्धारित उपबंधों के प्रति भेदभाव है।

- टीटीओ (43वां संशोधन), जो मूल्य में उस समय भी किसी वृद्धि के विरुद्ध आजीवन संरक्षण विनिर्दिष्ट करता है जबकि निवेश संबंधी लागतों में वृद्धि हुई होती है, सेवा प्रदाताओं के लिए अत्यंत अनुचित है। ऐसा कोई भी क्षेत्र नहीं है जहां विनियम यह निर्दिष्ट करते हैं कि दीर्घावधि के अनुबंध किसी भी प्रकार की मूल्यवृद्धि से परे होने चाहिए।
- उपभोक्ताओं को न्यूनतम संरक्षण अवधि के रूप में प्रदान की जाने वाली 12 माह की अवधि में वृद्धि टैरिफ के विनियमित खंड में वर्णन योग्य नहीं है तथा सेवा प्रदाताओं के लिए अनुचित है।
- 31वें संशोधन के उपबंधों के अनुसार न्यूनतम संरक्षण अवधि को समाप्त किया जाना चाहिए।
- इस संक्षिप्त परामर्श में न्यूनतम संरक्षण अवधि में वृद्धि के प्रस्ताव को क्रियान्वित करने की आवश्यकता नहीं है। यहां तक कि टीटीओ (43वां संशोधन) में निर्धारित इसी के समान अन्य उपबंधों की समीक्षा की जानी चाहिए।

भारती

मोबाइल क्षेत्र में गहन प्रतिस्पर्धी परिदृश्य को ध्यान में रखते हुए 8 माह की न्यूनतम संरक्षण अवधि में वृद्धि की आवश्यकता नहीं है। जिसके पीछे निम्नलिखित आधार हैं:-

- समग्र आर्थिक परिदृश्य की समीक्षा किए जाने की आवश्यकता है। यदि किसी सब्सक्राइबर को कोई संरक्षण अवधि दी जाती है, तो उपभोक्ता के लिए प्रवेश लागत वास्तव में शून्य हो जाती है, अतः सब्सक्राइबर आसानी से किसी अन्य सेवा प्रदाता के पास जा सकता है।
- सब्सक्राइबरों को बिना किसी लागत के टैरिफों में बिना किसी प्रेशरानी के स्थानांतरण करने की अनुमति प्राप्त है।
- प्राधिकरण द्वारा अनुपालन की जा रही टैरिफ स्थगित की अवधारणा में कल्पित है कि बाजार में अत्यधिक प्रतिस्पर्धा मौजूद है।
- जबकि भारतीय अर्थव्यवस्था मुद्रास्फीति के उच्च स्तर के कारण घरमरा रही है, मोबाइल दूरसंचार ही एकमात्र ऐसा खंड है जहां टैरिफ निरंतर गिरते जा रहे हैं। यह क्षेत्र बढ़ती हुई लागतों-मुद्रास्फीति को निरंतर अवशोषित करने का घोर दबाव झेल रहा है। जहां एक ओर अन्य सेवाओं/अवसरचनात्मक क्षेत्रों जैसे विद्युत, गैस, पानी आदि में उपभोक्ता टैरिफ में वृद्धि के साक्षी रहे हैं, मोबाइल दूरसंचार ही केवल ऐसा सेवा क्षेत्र है जहां टैरिफों में कमी हुई है तथा अभी भी हो रही है।
- इसके अलावा, यह सहयोजित लागत में पर्याप्त वृद्धि करेगा। चूंकि, विभिन्न सब्सक्राइबर अलग-अलग प्रवेश समय पर नेटवर्क में शामिल होंगे, न्यूनतम संरक्षण अवधि में कोई भी वृद्धि नेटवर्क की लागत में वृद्धि करेगी क्योंकि प्रचालकों द्वारा अवलोकन की जा

रही वृद्धि को ध्यान में रखते हुए प्रचालक को ऐसे रिकॉर्ड को बनाए रखने के लिए उच्च लागत का निवेश करना होगा।

- सब्सक्राइबर के नामांकन की तारीख से किसी टैरिफ प्लान में किसी टैरिफ घटक में वृद्धि के लिए छह माह की पूर्व की समावधि स्वयं में ही एक सख्त अपेक्षा है, तथा इसे 12 माह तक बढ़ाया जाना व्यवहार्य नहीं होगा।

मोबाइलफोन

- विशेष रूप से वर्तमान की भांति की अवधि में जहां मुद्रास्फीति में वृद्धि हुई है, सब्सक्राइबर्स को ऐसे संरक्षण की लागत को वहन करना होगा।
- कोई अन्य उद्योग ऐसा संरक्षण नहीं देता है। यहां तक कि अत्यधिक स्पर्धा वाले स्वतंत्र बाजार में भी ऐसा संरक्षण उपभोक्तानुकूल टैरिफों के लिए निवारक है।
- प्राधिकरण को एक सिद्धांत अपनाना चाहिए कि क्या वह उच्च प्रतिस्पर्धा के परिवेश में टैरिफों का सूक्ष्म प्रबंधन करना चाहता है, अथवा वह प्रचालकों को उपभोक्ताओं के दंड की दया पर छोड़ना चाहता है।
- यदि बाजार ढांचे में उच्च प्रतिस्पर्धा तथा उसके साथ-साथ टैरिफ शर्तों के सूक्ष्म प्रबंधन की दो परिस्थितियां साथ-साथ विद्यमान रहती हैं, तो हमें नीतिगत आधार में विरोधाभास दिखाई देता है। भ्रामक संप्रेषण पर नियंत्रण लगाया जाना प्रतिस्पर्धी बाजारों में एक अपेक्षा है, परंतु इसे विशेष रूप में मोबाइल नम्बर पोर्टेबिलिटी के नवीन परिकल्पित परिवेश में अधिरोपित शर्तों के साथ भ्रमित नहीं किया जाना चाहिए।
- न्यूनतम संरक्षण अवधि को समाप्त किया जाना चाहिए क्योंकि यह न तो सब्सक्राइबर्स के हित में है और न ही उद्योग के। आजीवन प्लानों के मामले में भी, टैरिफ लाइसेंस की समस्त अवधि के दौरान समान स्तर पर नहीं बना रह सकता है, क्योंकि आने वाले समय में मुद्रास्फीति के सिद्धांत इस संबंध में हस्तक्षेप कर सकते हैं, जैसे अन्य सभी उद्योगों के मामले में होता है।
- टैरिफ ढांचों में महत्वपूर्ण विनियामक परिवर्तन समय-समय पर किए जाते हैं। तथापि, चूंकि किसी टैरिफ प्लान में विभिन्न घटकों के टैरिफ निश्चित होते हैं, प्रचालकों द्वारा इन पर विचार नहीं किया जा सकता है। विनियामक परिवर्तनों के ऐसे परिदृश्य में, प्रचालक सामान्य तौर पर अन्य घटकों में कुछ समायोजन करना पसंद करते हैं, जोकि उचित ही है। परंतु टैरिफ संरक्षण अवधि की सीमा के कारण प्रचालक टैरिफ में परिवर्तन न करने के लिए बाध्य होंगे जिसके परिणामस्वरूप प्रचालक ऐसे टैरिफ देने के लिए मजबूर हो जाएंगे जो उसके द्वारा कभी न प्रदान किए गए टैरिफों में पहले स्थान पर थे। यदि संपूर्ण टैरिफ बुके में किसी भी घटक में विनियामक परिवर्तन के कारण छेड़छाड़ की जाती है, तो न्यूनतम संरक्षण अवधि की शर्त को लागू नहीं किया जाना चाहिए।

रिक्तार्यस

- जब टीटीओ, 99 अधिसूचित किया गया, तो प्राधिकरण ने महसूस किया कि छह माह के लिए किसी सब्सक्राइबर को टैरिफ वृद्धि के प्रति उत्प्रेरक बनाने जैसे उपबंध नए नियमित टैरिफ/टैरिफ प्लान प्रदान करने और उन्हें अकस्मात ही वापस लेने अथवा उनमें संशोधन करने की प्रथा को नियंत्रित करेंगे। तथापि, आज का दूरसंचार बाजार भिन्न है, जोकि अधिक प्रतिस्पर्धी है और उसमें किसी प्रतिस्पर्धी बाजार की भांति विशिष्ट विशेषताएं मौजूद हैं। इनमें शामिल हैं, अनेक प्रचालक, विविध उत्पाद, कम प्रवेश शुल्क तथा अधिक जानकारी।
- चूंकि बाजार लगभग पूरी तरह प्रतिस्पर्धी है, किसी प्रचालक के लिए यह आसानी से संभव नहीं है कि वह उपभोक्ता का अहित करते हुए टैरिफों में बार-बार संशोधन करे।
- दूरसंचार के मूल्य निरंतर एक नकारात्मक प्रवृत्ति दर्ज करते जा रहे हैं। अतः सब्सक्राइबर्स के हित का संरक्षण करने के लिए टीटीओ (31वां संशोधन) तथा टीटीओ (43वां संशोधन) में निर्धारित उपबंधों की आवश्यकता नहीं है।
- हालांकि मूल्य में वृद्धि नहीं हो रही और परंतु यदि यह कुछ समय के लिए जारी भी रखी जाती है तो इसे एक सामान्य प्रक्रिया ही माना जाना चाहिए।
- वर्तमान के स्फीतिकारी समय में दूरसंचार ही एकमात्र ऐसा अपवाद है जोकि मूल्यों में किसी प्रकार की वृद्धि दर्ज नहीं कर रहा है। वर्तमान प्रवृत्ति के विद्यमान होते हुए भी, दूरसंचार सेवाओं को ऐसा नहीं माना जाना चाहिए कि उन्हें टीटीओ (31वां संशोधन) और टीटीओ (43वां संशोधन) के उपबंधों के अंतर्गत किसी मूल्य-वृद्धि के विरुद्ध सब्सक्राइबर्स को उत्प्रेरित बनाने के विशिष्ट उपबंध की आवश्यकता है। ऐसे समय में जब निवेश लागतों अथवा विनियामक लागतों में वृद्धि हो गई है, सेवा प्रदाताओं को मूल्य वृद्धि हेतु सीमित बनाना उचित नहीं होगा।
- ऐसे समय में जबकि निवेश लागतें अथवा विनियामक लागतें बढ़ रही हैं, मूल्य में वृद्धि करने के लिए सेवा प्रदाताओं को सीमित करना उचित नहीं होगा।
- उपभोक्ताओं को टैरिफों की पेशकश विद्यमान लागतों और किसी अल्प अवधि में प्रक्षिप्त लागत के आधार पर की जाती है। मूल्य-वृद्धि के प्रति किसी सब्सक्राइबर को उत्प्रेरित करने के लिए छह माह के स्थान पर एक वर्ष की समयावधि बहुत अधिक है।
- ऐसा सांविधिक संरक्षण राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय परिदृश्य में अभूतपूर्व है तथा किसी अन्य क्षेत्र में उपलब्ध नहीं है।
- जब कभी जन-उपयोगिताओं जैसे गैस, पानी एवं बिजली के मूल्यों में वृद्धि की जाती है, तो यह सभी उपभोक्ताओं के लिए प्रभावी होती है तथा इस बात पर विचार नहीं किया जाता है कि सब्सक्राइबर ने वह सुविधा कब से लेनी प्रारंभ की। इसी प्रकार रेलवे में टैरिफ में वृद्धि के मामले में मूल्य एक निश्चित एक निश्चित तारीख से प्रभावी होते हैं। दूरसंचार प्रयोक्ताओं के लिए मूल्य में वृद्धि के विरुद्ध सांविधिक संरक्षण इस प्रथा में एकमात्र अपवाद है। हमने यह नोट किया है कि अन्य क्षेत्रों में मूल्यों में परिवर्तन दूरसंचार क्षेत्र की तुलना में अत्यंत आम बात है।

- नामांकन के आधार पर सब्सक्राइबर्स को वर्गीकृत करने का प्रावधान समान महत्व वाले सब्सक्राइबर्स के बीच भेदभाव करना है। उक्तसंदर्भित टीटीओ में निर्धारित प्रावधान के अनुसार टैरिफ में वृद्धि के मामले में सब्सक्राइबर्स का एक वर्ग समान सब्सक्राइबर्स के दूसरे वर्ग की तुलना में उच्च लागत का भुगतान करेंगे। वास्तविक तौर पर इन प्रावधानों का तात्पर्य होगा कि ऐसे सब्सक्राइबर जो एक लंबी अवधि के लिए किसी टैरिफ प्लान पर हैं ऐसे सब्सक्राइबर्स को प्रभावित करेंगे जिन्होंने उसी टैरिफ प्लान पर पिछले छह माह के भीतर ही नामांकन कराया है।
- प्रतिस्पर्धी बाजारों में, सूक्ष्म-विनियमों से जितना संभव हो सके बचा जाना चाहिए। जब मुद्रास्फीति पिछले दशक में अपने उच्चतम स्तर पर थी, तो संरक्षण अवधि को 6 माह से बढ़ाकर एक वर्ष करने का प्रस्तावित संशोधन सेवा प्रदाताओं के प्रति अत्यंत अनुचित होगा।

बीएसएनएल

- टैरिफ के किसी खंड में वृद्धि के लिए किसी एक्सेस सेवा उपभोक्ता को उपलब्ध 6 माह की अवधि का विद्यमान संरक्षण उपभोक्ता के हित को संरक्षित करने के लिए पर्याप्त है।
- चूंकि प्रवेश लागत में पर्याप्त कमी हुई है, टैरिफ में वृद्धि के कारण सब्सक्राइबर के एक प्रचालक से दूसरे प्रचालक के पास स्थानांतरित होने की संभावनाएं बढ़ गई हैं। वर्तमान प्रतिस्पर्धी परिदृश्य में, टैरिफ में गिरते हुए रुझान के साथ कोई भी एक्सेस प्रदाता किसी अन्य टैरिफ मद में लाभ प्रदान किए बिना किसी भी टैरिफ मद में वृद्धि नहीं करना चाहेगा, जिसे टैरिफ संतुलन कहा जाता है। इस प्रकार, बाजार की शक्तियां 6 माह की प्रारंभिक अवधि के पश्चात टैरिफ का ध्यान रखेंगी।

बीपीएल मोबाइल

- ट्राई ने टीटीओ 99 में इन परिवर्तनों को करने के लिए परामर्श-पत्र में कोई विस्तृत औचित्य नहीं दिया है।
- हालांकि एक्सेस सेवाओं के लिए टैरिफ "स्थगनाधीन" हैं, तथा बाजार अत्यधिक प्रतिस्पर्धी है, फिर भी ट्राई टैरिफ प्लानों के सूक्ष्म-प्रबंधन का प्रयास कर रहा है।
- यदि प्रचालक किसी टैरिफ प्लान के प्रारंभ से ही एक माह के भीतर ही टैरिफ में कमी कर सकते हैं, तो ऐसी कोई पाबंदी नहीं होनी चाहिए कि वह एक वर्ष की अवधि तक उनमें वृद्धि नहीं कर सकता है।
- मुद्रास्फीति की दर 10 प्रतिशत से अधिक होने पर सेवा प्रदाताओं की प्रचालन लागतें भी निरंतर तेजी से बढ़ रही हैं। अतः दूरसंचार सब्सक्राइबर्स को एक वर्ष की अवधि के लिए टैरिफ वृद्धि का संरक्षण प्रदान करना संभव नहीं होगा।
- उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के एकमात्र उद्देश्य के साथ प्राधिकरण द्वारा जारी किए जा रहे विभिन्न विनियमों से ऐसा प्रतीत होता है कि प्राधिकरण ट्राई अधिनियम के

अधीन इसके अधिदेश को नजरअंदाज कर चुका है जिसमें निहित है कि दूरसंचार क्षेत्र के उपभोक्ताओं के साथ-साथ सेवा प्रदाताओं के हितों की भी रक्षा की जाएगी।

- जब प्राधिकरण के पास मुद्रास्फीति और बढ़ती हुई प्रचालन लागतों पर कोई नियंत्रण नहीं है, तो प्राधिकरण को दूरसंचार टैरिफों का सूक्ष्म-प्रबंधन नहीं करना चाहिए।

एमटीएनएल

- किसी भी खंड में टैरिफ में वृद्धि करना व्यावहारिक तौर पर संभव नहीं है क्योंकि किसी नियमित टैरिफ प्लान में सब्सक्राइबर्स को सब्सक्राइबर के नए नामांकन के आधार पर अथवा विद्यमान उपभोक्ताओं के टैरिफ प्लान में स्थानांतरण के आधार पर नामित किया जाता है।

प्रस्ताव 2

प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में, जहां प्रचालक का घोषित आशय बिना किन्हीं संलग्न देयताओं के सभी सब्सक्राइबर्स का लाभ प्रदान करना है, वहां सब्सक्राइबर की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की कोई पूर्व-शर्त नहीं होगी।

सीओएआई

- हम प्राधिकरण के दृष्टिकोण का समर्थन करते हैं कि सब्सक्राइबर्स की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही अथवा सहमति की कोई पूर्व-शर्त नहीं होनी चाहिए।

भारती

- हम संबंध में प्राधिकरण के दृष्टिकोण से सहमत हैं।

वोडाफोन

- हमारी राय में यह उपबंध प्रचालकों को ऐसे सब्सक्राइबर्स को टैरिफों में अधिकतम संभव कमी करने की अनुमति नहीं प्रदान करेगा जो मूल्य के प्रति संवेदनशील हैं और/अथवा जो हाई-एंड प्रयोक्ता हैं। सभी प्रयोक्ताओं को किसी भी टैरिफ में कोई भी कमी प्रदान करने के प्रस्तावित अधिदेश से प्रचालक उन मूल्यों की तुलना में उच्च मूल्य प्रदान करने के लिए मजबूर हो जाएंगे जोकि, यदि यह शर्त लागू नहीं की जाती है, तो ऐसी स्थिति में किसी अन्य प्रकार से प्रदान किए जा सकते थे। इसे पारदर्शिता और गैर-भेदभावपूर्ण के मानदण्ड को पूरा करना चाहिए।

टाटा टेलीसर्विसेज

- हम प्राधिकरण से सहमत हैं कि प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में सब्सक्राइबर्स द्वारा स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की कोई पूर्व-शर्त नहीं होनी चाहिए।

बीएसएनएल

- जबकि विद्यमान टैरिफ प्लान के किसी घटक में कोई वृद्धि नहीं है, विद्यमान उपभोक्ता टैरिफ में कमी का लाभ स्वतः ही प्राप्त करेंगे।

बीपीएल

- हम नहीं समझते कि कोई भी प्रचालक प्रत्यक्ष टैरिफ कटौती के मामलों में सब्सक्राइबर के लिए स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही की पूर्वापेक्षा के लिए जोर दे रहा है। हमें इस संबंध पर कोई आपत्ति नहीं है।

आइडिया

- ऐसी किसी सीमा का अधिरोपण विभिन्न सेवाओं के मध्यम और अत्यधिक प्रयोक्ताओं को श्रेष्ठ टैरिफ प्रदान करने की योग्यता को बुरी तरह सीमित करेगा तथा साथ ही ऐसे अनेक टैरिफ हस्तक्षेपों के वाणिज्यिक निर्माण को भी प्रभावित करेगा जिन्हें कि नए टैरिफों के लिए सामान्य एवं गैर-व्यापक सब्सक्राइबर निर्माण के लिए प्रयोग किया जा सकता है। इसके अलावा, बुनियादी तौर पर असंख्य स्कीमों को क्रियान्वित करने की योग्यता का निर्धारण प्रयोग में लाई जा रही बिलिंग प्रणालियों द्वारा किया जाता है। हम ऐसे प्रासंगिक खंडों के लिए पारदर्शी एवं सर्वाधिक आकर्षक मूल्य-निर्धारण के पक्ष में हैं, जहां उपभोक्ता या तो एसएनएस अथवा अन्य शुल्क-रहित पद्धतियों के माध्यम से बिना किसी मूल्य के विकल्प चुनने के लिए स्वतंत्र हों।

प्रस्ताव 3

ऐसे मामलों में, वहां किसी विद्यमान आजीवन वैधता वाले प्लान अथवा असीमित वैधता के प्लान का सब्सक्राइबर न्यूनतम प्रवेश शुल्क के साथ किसी नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरित होने का विकल्प चुनता है, वहां सेवा प्रदाता ऐसे स्थानांतरण की अनुमति के लिए किसी प्रत्यक्ष भुगतान अथवा आवर्ती प्रभार अथवा शुल्क का उद्ग्रहण नहीं करेगा।

सीओएआई

- ट्राई के विनियमों के अनुसार एक प्लान से दूसरे प्लान में अंतरित होने वाले सब्सक्राइबर पर कोई स्थानांतरण अथवा एकबारीय शुल्क नहीं लगता है। तथापि, एक टैरिफ प्लान से अन्य में स्थानांतरित होने पर पैकेज/प्लान/उत्पाद के समस्त निबंधन और शर्तों की पूरी तरह से समीक्षा की जानी चाहिए तथा किसी टैरिफ प्लान के किसी घटक को अलग-अलग नहीं देखा जाना चाहिए।
- हम यह कहना चाहते हैं कि सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रारंभ किए जाने वाले अधिकांश नए टैरिफ प्लान अतिरिक्त/नए लाभों/विकल्पों/कम दरों वाले हैं, जोकि सामान्यतया पूर्व के प्लानों में नहीं होती हैं तथा इस प्रकार केवल प्रवेश शुल्क ही सब्सक्राइबरों के लिए

किसी अन्य आजीवन वैधता वाले प्लानों अथवा असीमित वैधता वाले प्लानों को चुनने का निर्णायक कारक नहीं है।

- उपर्युक्त को ध्यान में रखते हुए यह औचित्यपूर्ण नहीं होगा कि सेवा प्रदाताओं को विद्यमान आजीवन वैधता प्लानों अथवा असीमित वैधता प्लानों से ऐसे नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लानों में स्थानांतरित होने की अनुमति देने के लिए किसी प्रकार का प्रत्यक्ष भुगतान प्रभारित न करने का अधिदेश दिया जाए, जिनमें कि अधिक आकर्षक विशेषताएं हों।

भारती एयरटेल

- हम इस संबंध में प्राधिकरण की राय से सहमत हैं।

वोडाफोन

- हम सहमत हैं कि प्रचालक स्थानांतरण शुल्क प्रभारित नहीं कर सकते हैं। स्थानांतरण शुल्क का तात्पर्य है अपफ्रंट प्रभारों के अतिरिक्त ऐसा शुल्क जिसका भुगतान नए सब्सक्राइबर द्वारा भी नए आजीवन वैधता प्लान के अंतर्गत किया जाना अपेक्षित होता है।
- ऐसे विद्यमान आजीवन सब्सक्राइबरों के मामले में जो एक नए आजीवन प्लान से किसी नए आजीवन प्लान में स्थानांतरण करना चाहते हैं, प्रचालक अपफ्रंट प्रभारों सहित कुछ प्रभार प्रभारित कर सकते हैं, जैसेकि किसी नए सब्सक्राइबर को देय होते हैं।
- वैकल्पिक तौर पर, ऐसा सब्सक्राइबर जो स्थानांतरण करना चाहता है, उसे अपफ्रंट प्रभार के स्थान पर अपफ्रंट प्रभार (एकबारीय शुल्क अथवा आवर्ती शुल्क के रूप में) से कम की राशि के प्रभार की पेशकश की जा सकती है।

बीपीएल

- किसी टैरिफ प्लान को समग्र रूप में देखा जाना चाहिए तथा किसी टैरिफ प्लान के किसी घटक को पृथक् रूप से नहीं देखा जाना चाहिए। प्रचालकों द्वारा नए टैरिफ प्लान प्रयोग पैटर्न तथा सब्सक्राइबरों के विभिन्न खंडों के हित के आधार पर तैयार किए जाते हैं। जब किसी टैरिफ प्लान के किसी घटक के लिए टैरिफों में कटौती की जाती है, तो नए प्लान का विकल्प चुनने वाले सब्सक्राइबर से वसूल की जाने वाली समग्र एआरपीयू को संतुलित बनाने के लिए उसके किसी अन्य घटक के प्रभारों को बढ़ाना आवश्यक हो जाता है। चूंकि उपभोक्ता के पास किसी नए प्लान में स्थानांतरित होने अथवा न होने का विकल्प मौजूद होता है, प्राधिकरण को ऐसी शर्तें विनिर्धारित नहीं करनी चाहिए तथा किसी नए टैरिफ प्लान को तैयार करने के लचीलेपन से प्रचालकों को वंचित नहीं करना चाहिए।

बीएसएनएल

- किसी विद्यमान आजीवन वैधता प्लान अथवा असीमित वैधता प्लान से किसी नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरण होने का विकल्प चुनने पर अपफ्रंट प्रभार उद्ग्रहित करना सेवा प्रदाताओं पर विकल्प के रूप में छोड़ देना चाहिए जिसका निर्णय बाजार की शक्तियां करेंगी। तथापि, आवर्ती प्रभार, नए प्लान की कॉल दरों/एसएमएस दरों से जुड़ी होती हैं, जो नए प्रयोक्ता द्वारा देय होती हैं।

टाटा

- यह औचित्यपूर्ण नहीं होगा कि सेवा प्रदाताओं को विद्यमान आजीवन वैधता प्लानों अथवा असीमित वैधता प्लानों से ऐसे नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लानों में स्थानांतरित होने की अनुमति देने के लिए किसी प्रकार का प्रत्यक्ष भुगतान प्रभारित न करने का अधिदेश दिया जाए, जिनमें कि अधिक आकर्षक विशेषताएं हों।
- किसी टैरिफ प्लान को समग्र रूप में देखा जाना चाहिए तथा किसी टैरिफ प्लान के किसी घटक को पृथक् रूप से नहीं देखा जाना चाहिए। हम यह कहना चाहते हैं कि सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रारंभ किए जाने वाले अधिकांश नए टैरिफ प्लान अतिरिक्त/नए लाभों/विकल्पों/कम दरों वाले हैं, जोकि सामान्यतया पूर्व के प्लानों में नहीं होती हैं तथा इस प्रकार केवल प्रवेश शुल्क ही सब्सक्राइबर्स के लिए किसी अन्य आजीवन वैधता वाले प्लानों अथवा असीमित वैधता वाले प्लानों को चुनने का निर्णायक कारक नहीं है।

एमटीएनएल

- किसी विद्यमान आजीवन वैधता प्लान अथवा असीमित वैधता प्लान के सब्सक्राइबर द्वारा कम प्रवेश शुल्क वाले किसी नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता वाले प्लान में स्थानांतरण के मामले में यह तकनीकी रूप से व्यवहार्य नहीं है कि जीवन साथी पोस्ट पेड प्लान के स्थानांतरण को सीधे ही किसी प्री-पेड प्लान में और इसके विपरीत करने की अनुमति प्रदान की जाए। सामान्यतया किसी सब्सक्राइबर के पोस्ट-पेड प्लान से प्री-पेड प्लान और इसके विपरीत स्थानांतरण पर उसे डिफॉल्ट प्लान में अंतरित कर दिया जाता है जोकि सामान्यतया आजीवन वैधता प्लान अथवा असीमित वैधता प्लान नहीं होता। सब्सक्राइबर को तब अपेक्षित एकबारीय किराए/प्रवेश शुल्क का भुगतान करने के पश्चात डिफॉल्ट प्लान से नए आजीवन वैधता प्लान अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरण की अनुमति दे दी जाती है।

प्रस्ताव 4

टॉक टाइम मूल्य के प्रावधान हेतु अनन्य रूप से आशयित रीचार्जों पर लागू करें के अलावा कोई अन्य स्थायी शुल्क उद्ग्रहित नहीं किया जाएगा। तथापि, सेवा प्रदाता प्रशासनिक लागतों के रूप में एक साधारण शुल्क प्रसारित कर सकता है जो 2 रुपये प्रति टॉप अप से अधिक नहीं होंगे।

सीओएआई

- टॉकटाइम और वैधता रीचार्जों के लिए टैरिफ तैयार करते समय सेवा प्रदाता सामान्यतया प्रशासनिक/प्रक्रमण शुल्क को संतुलित करते हैं।
- रीचार्ज वाउचरों से संबंधित प्रमुख प्रशासनिक लागतें निम्नानुसार हैं:—
 - वितरण लागत
 - आईएन अनुरक्षण लागत
 - वितरक और रिटेलर का कमीशन
 - रीचार्ज वाउचरों का मुद्रण
 - रीचार्ज वाउचरों के लिए विज्ञापन/प्रचार
- अतः विनिर्धारित सीमा रीचार्ज वाउचरों से संबंधित सभी लागतों को पूरा करने के लिए पर्याप्त नहीं होगी, विशेष रूप से तब, जब रीचार्ज ऐसी स्थिति में उच्च मूल्य का है जहां वितरक/रिटेलर का कमीशन भी काफी अधिक है।

एयूएसपीआई

- लागतों की वसूली के लिए 200 का कम शुल्क पर्याप्त नहीं होगा। टोन-अप रीचार्ज वाउचरों के साथ ऐसी अनके लागतें संलग्न हैं जो विशेष रूप से टॉक टाइम के लिए आशयित हैं जैसे वितरकों और रिटेलरों का कमीशन, वितरण लागत, वाउचरों के लिए मुद्रण लागत, प्रचार एवं विज्ञापन लागत तथा रीचार्जिंग के लिए अन्य नेटवर्क और आईएन प्लेटफार्म लागतें तथा रीचार्ज वाउचर के लिए डाटा बेस के अनुरक्षण की लागत। विनिर्धारित सीलिंग इन सभी लागतों की वसूली करने के लिए अत्यंत कम है। प्रशासनिक लागत प्रभार भी स्थगनाधीन रहने चाहिए।

भारती

- टॉकटाइम रीचार्ज वाउचरों पर प्रक्रमण शुल्क को युक्तिसंगत बनाया जाना चाहिए तथा प्रशासनिक लागतों, चैनल कमीशन, मुद्रण तथा वितरण लागतों, आदि की वसूली करने के लिए अधिकतम खुदरा मूल्य के 10 प्रतिशत की राशि तक बनाया जाना चाहिए। प्राधिकरण की विंता उन सीमांत तथा निम्न प्रयोग प्रयोक्ताओं को संरक्षण प्रदान करने की है, जो कम राशि को रीचार्ज कराते हैं। अतः 10 रु० से

1000 रु0 तक के सभी रीचार्ज वाउचरों के लिए 2/-रु0 की न्यूनतम राशि का अपनाना बेहतर नहीं होगा।

- यह सिफारिश की जाती है कि इसे अधिकतम खुदरा मूल्य के प्रतिशत के साथ 10 प्रतिशत तक सीमित कर दिया जाए न कि रुपये के मूल्य के आधार पर अर्थात् सभी मूल्यवर्गों के लिए 2/-रु0 तक निर्धारित किया जाना चाहिए।

वोडाफोन

- 2 रु0 तक का साधारण शुल्क (जिनमें लागू कर शामिल नहीं हैं) सभी मूल्य-वर्गों में कतिपय वितरण लागतों सहित प्रशासनिक लागतों की वसूली करने में पर्याप्त नहीं होगा। टॉक टाइम मूल्य के वाउचर में सरकारी करों के अलावा टॉक टाइम कर, मूल्यवर्ग तथा स्थिर शुल्क तीन मुख्य कारक हैं। इस प्रकार किसी घटक को सीमित बनाकर कुल निर्माण प्रभावित होगा।
- यदि ऐसा कोई परिवर्तन प्रस्तावित किया जाता है, तो, प्रचालक को न्यूनतम संरक्षण अवधि की किसी अपेक्षा से छूट दी जानी चाहिए।

बीपीएल मोबाइल

- हमें वह आधार ज्ञात नहीं है जिस पर ट्राई द्वारा टॉप-अप रीचार्ज वाउचर के लिए प्रशासनिक लागत का आकलन अधिकतम 2/-रु0 केवल किया गया है। रीचार्ज वाउचर के मुद्रण एवं वितरण तथा बिक्री स्थल/वितरक को देय कमीशन आदि में शामिल प्रशासनिक लागत निश्चित रूप से 2/-रु0 से अधिक है। अतः सुझाई गई सीमा रीचार्ज वाउचरों में शामिल सभी लागतों की वसूली के लिए पर्याप्त नहीं होगी।
- उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के एकमात्र उद्देश्य के साथ प्राधिकरण द्वारा जारी किए जा रहे विभिन्न विनियमों से ऐसा प्रतीत होता है कि प्राधिकरण ट्राई अधिनियम के अधीन इसके अधिदेश को नजरअंदाज कर चुका है जिसमें निहित है कि दूरसंचार क्षेत्र के उपभोक्ताओं के साथ-साथ सेवा प्रदाताओं के हितों की भी रक्षा की जाएगी। जब प्राधिकरण के पास सुद्रास्फीति और बढ़ती हुई प्रचालन लागतों पर कोई नियंत्रण नहीं है, तो प्राधिकरण को दूरसंचार टैरिफों का सूक्ष्म-प्रबंधन नहीं करना चाहिए।

एमटीएनएल

- प्रति टॉप-अप 2/-रु0 का प्रस्तावित शुल्क बहुत ही कम है क्योंकि रीचार्ज कूपन मोटे तौर पर फ्रैंचाइजी/वितरकों और रीटेलरों के माध्यम से बेचे जाते हैं जिन्हें उनके द्वारा प्रदान की गई सेवा के लिए सेवा प्रभार का भुगतान करना होता है। अतः यह प्रस्ताव किया जाता है कि प्रशासनिक लागतों के लिए शुल्क को रीचार्ज कूपन के मूल्य के 10 प्रतिशत तक बढ़ा दिया जाए (प्रति टॉप अप 10रु0 की न्यूनतम राशि के साथ)।

टाटा

- प्रशासनिक लागत के रूप में 2/- रु० प्रति टॉप-अप के कम शुल्क का प्रस्तावित संशोधन लागतों को वसूल करने के लिए पर्याप्त नहीं होगा। लागतों की वसूली के लिए 2 रु० का कम शुल्क पर्याप्त नहीं होगा। टॉप-अप रीचार्ज वाउचरों के साथ ऐसी उनके लागतें संलग्न हैं जो विशेष रूप से टॉक टाइम के लिए आशयित हैं जैसे वितरकों और रिटेलरों का कमीशन, वितरण लागत, वाउचरों के लिए मुद्रण लागत, प्रचार एवं विज्ञापन लागत तथा रीचार्जिंग के लिए अन्य नेटवर्क और आईएन प्लेटफार्म लागतें तथा रीचार्ज वाउचर के लिए डाटा बेस के अनुक्षण की लागत। विनिर्धारित सीलिंग इन सभी लागतों की वसूली करने के लिए अत्यंत कम है। प्रशासनिक लागत प्रभार भी स्थगनाधीन रहने चाहिए।
- टॉप-अप वाउचरों हेतु विशेष से टॉक टाइम के लिए प्रशासनिक शुल्क पर कोई सीमा नहीं लगाई जानी चाहिए। टैरिफ स्थगनाधीन है तथा उन्हें वैसा ही बनाए रखना चाहिए तथा प्रशासनिक लागत प्रभारों को भी स्थगनाधीन रखा जाना चाहिए।

आइडिया

- 2रु० की कम सीमा निर्धारित करने के संशोधन के परिणामस्वरूप सेवा प्रदाता उपभोक्ता/टॉप अप रीचार्ज के साथ सहयोजित वास्तविक प्रचालन व्यय को वसूल करने में समर्थ नहीं होंगे।
- रीचार्ज वाउचरों के साथ संबंधित प्राथमिक प्रशासनिक लाभतें हैं:-
 - वितरण लागत
 - आईएन, अनुक्षण लागत
 - वितरक और रिटेलर कमीशन
 - रीचार्ज वाउचरों का मुद्रण
 - रीचार्ज वाउचरों के लिए विज्ञापन/प्रचार लागत
 - नई रीचार्ज विकास लागतें
- हमारी राय में 2 रु० प्रति टॉप-अप की प्रस्तावित सीमा रीचार्ज वाउचरों के साथ सहयोजित लागतों के निश्चित घटक की वसूली करने में अपर्याप्त है।
- इसके अलावा, वितरक और रिटेलर की कमीशन रीचार्ज मूल्यवर्ग के प्रतिशत के रूप में प्रदान की जाती है तथा इस प्रकार वह पूर्णतः धन/लागत के संदर्भ में विभिन्न मूल्यवर्गों में बदलती रहती है।
- मूल्यवर्ग के प्रतिशत के रूप में लागत घटक निम्न मूल्यवर्ग स्तरों पर अधिक तथा उच्च मूल्यवर्ग स्तरों पर कम आकलित होता है।

- सभी टॉक टाइम टॉप-अप के लिए सीमा के रूप में मूल्यवर्ग के 5 से 35 प्रतिशत तक प्रक्रमण शुल्क के फार्मूले पर विचार किया जाए।

प्रस्ताव 5

यदि किसी आजीवन प्लान/असीमित वैधता वाले प्लान के निबंधन और शर्तों में किन्हीं विनिर्दिष्ट अंतरालों पर रीचार्ज की न्यूनतम राशि को कोई शर्त शामिल है, तो ऐसा अंतराल न्यूनतम छह माह होगा। इन प्लानों में रीचार्ज की विनिर्दिष्ट अवधि, यदि कोई है, की समाप्ति से पूर्व सेवा प्रदाताओं द्वारा उपभोक्ताओं को पूर्व में ही स्मरण कराया जाना होगा ताकि व्यतिक्रम से विच्छेद से बचा जा सके।

सीओएआई

- ट्राई द्वारा इसे अधिदेशित करने की कोई आवश्यकता नहीं है क्योंकि आजीवन प्लानों में विनिर्दिष्ट रीचार्ज शर्तें टैरिफ आदेश का एक अभिन्न भाग हैं।
- रीचार्ज की विनिर्दिष्ट अवधि की समाप्ति के बारे में सब्सक्राइबर को अग्रिम सूचना दिए जाने को अनिवार्य नहीं बनाया जाना चाहिए तथा इसे सेवा प्रदाता द्वारा सब्सक्राइबर को मैत्रीपूर्ण प्रदान किए जाने वाला एक कार्य माना जाना चाहिए।
- इसके अलावा, जहाँ तक 6 माह के न्यूनतम अंतराल का संबंध है, सभी टैरिफ प्लानों को एक समान माना जाना चाहिए तथा इस संबंध में किसी विभेद की आवश्यकता नहीं है।
- ऐसे अनेक सब्सक्राइबर हैं जो छोटे अंतरालों पर छोटा रीचार्ज कराना पसंद करते हैं। अतः आजीवन प्लानों पर रीचार्ज की शर्तों का निर्णय बाजार पर छोड़ दिया जाना चाहिए तथा इस प्रकार इस संबंध में किसी अधिदेश की आवश्यकता नहीं है।
- यदि विनियम में संशोधन को प्रभावी किया भी जाता है तो इन्हें आगामी प्रभाव से लागू किया जाना चाहिए।

भारती एयरटेल

- आजीवन प्लानों तथा उन्हीं की भांति दीर्घावधि वाले अन्य प्लानों की खास शर्तें होती हैं जो अलग-अलग सेवा प्रदाताओं के संबंध में अलग-अलग होती हैं। विद्यमान विनियमों के माध्यम से सभी सेवा प्रदाता नामांकन से पूर्व ग्राहकों को निबंधन एवं शर्तों की पर्याप्त जानकारी देते हैं। अतः प्राधिकरण द्वारा उस तरीके के संबंध में कोई अधिदेश नहीं दिया जाना चाहिए जिससे इन्हें इसके उपभोक्ताओं को सूचित किया जाता है।

वोडाफोन

- विनिर्दिष्ट अंतरालों पर रीचार्ज की न्यूनतम राशि की विनिर्धारित अवधि पर कोई प्रतिबंध नहीं होना चाहिए क्योंकि यह रीचार्ज की कम न्यूनतम राशि के साथ किसी प्लान की पेशकश करने के प्रचालकों के लचीलेपन को समाप्त कर देगा तथा इसके

परिणामस्वरूप उसकी लागू रीचार्ज अवधि को भी कम कर देगा। इसके अलावा, एक निश्चित समय पर इन शर्तों को सामाजिक-आर्थिक परिस्थितियों तथा कल्पित वरीयताओं/लागू रीचार्ज प्रवृत्तियों को ध्यान में रखते हुए निश्चित किया जाता है।

- फिर भी, यदि टीटीओ में ऐसा परिवर्धन किया जाता है, तो इसे केवल ऐसे परिवर्धन के पश्चात् आने वाले नए आजीवन सब्सक्राइबर्स के लिए लागू करना चाहिए।

बीपीएल

- चूंकि टैरिफ "स्थगनाधीन" है, ट्राई को ऐसी शर्त निर्धारित नहीं करनी चाहिए कि आजीवन प्लान के अंतर्गत दो अनिवार्य रीचार्जों के बीच न्यूनतम छह माह का अंतराल होगा।
- जब तक कि समग्र प्रति मिनट खर्च अधिक नहीं होते हैं, प्रचालकों को किसी टैरिफ प्लान के विभिन्न घटक को निर्णय करने का लचीलापन प्राप्त होना चाहिए। भारत में विद्यमान अत्यधिक प्रतिस्पर्धी बाजार में उपभोक्ताओं के पास प्रचालकों तथा साथ ही टैरिफ प्लानों के अनेक विकल्प मौजूद हैं।
- प्रचालकों को पूर्ण लचीलापन प्राप्त होना चाहिए तथा प्राधिकरण को ऐसी शर्तें नहीं निर्धारित करनी चाहिए जिससे कि टैरिफों के सूक्ष्म-प्रबंधन की स्थिति उत्पन्न हो जाए।
- उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के एकमात्र उद्देश्य के साथ प्राधिकरण द्वारा जारी किए जा रहे विभिन्न विनियमों से ऐसा प्रतीत होता है कि प्राधिकरण ट्राई अधिनियम के अधीन इसके अधिदेश को नजरअंदाज कर चुका है जिसमें निहित है कि दूरसंचार क्षेत्र के उपभोक्ताओं के साथ-साथ सेवा प्रदाताओं के हितों की भी रक्षा की जाएगी।
- जब प्राधिकरण के पास मुद्रास्फीति और बढ़ती हुई प्रचालन लागतों पर कोई नियंत्रण नहीं है, तो प्राधिकरण को दूरसंचार टैरिफों का सूक्ष्म-प्रबंधन नहीं करना चाहिए।

बीएसएनएल

- जी हाँ।

टाटा

- प्रस्ताव उपभोक्ता के हित में नहीं है क्योंकि बड़ी संख्या में सब्सक्राइबर लंबे अंतराल पर उच्च मूल्य के रीचार्ज की तुलना में नियमित अंतराल पर कम मूल्य के रीचार्ज को पसंद करते हैं।
- बाजार में अनेक आजीवन प्लान उपलब्ध हैं जिनमें प्रत्येक दो माह से छह माह की अवधि के लिए अनेक रीचार्ज शर्तें विद्यमान हैं। कोई भी सब्सक्राइबर कम अवधि के रीचार्ज की वहनीयता अथवा लंबी अवधि के रीचार्ज की सुविधा पर विचार करते हुए अपनी पसंद चुनता है। ऐसे अनेक सब्सक्राइबर हैं जो छोटे अंतरालों पर छोटा रीचार्ज करना पसंद करते हैं। अतः आजीवन प्लानों के रीचार्ज की शर्तों का निर्णय बाजार पर छोड़ दिया जाना चाहिए और इस प्रकार इसे अधिदेशित नहीं किया जाना चाहिए।

आइडिया

- विद्यमान बाजार तथा सेवा शर्तों पर निर्भर करते हुए एक न्यूनतम रीचार्ज अवधि अधिरोपित करने का विकल्प खोलने की सिफारिश करता है, जिसके निम्नलिखित कारण हैं:—
- नम्बर प्रबंधन को सुधारने के लिए न्यूनतम रीचार्ज शर्त तैयार की गई है क्योंकि प्रचालकों को एएसआईएसडीएन की सीमित सूची जारी की है तथा उनके लिए आने वाले नए सब्सक्राइबर्स के लिए स्थान बनाने के लिए प्रयोग में न आने वाले नम्बरों को पुनः प्रयोग में लाना अत्यंत कठिन हो जाता है।
- जबकि ग्राभीण वितरण में भी वृद्धि हो रही है, सुदूरवर्ती क्षेत्रों में सिम कार्डों के वितरण में शामिल सेवा प्रदान करने की चुनौतियों के परिणामस्वरूप विक्रय अनुपात में बाजार स्टॉक में वृद्धि हुई है।
- इसके अलावा, यह नोट करना भी महत्वपूर्ण है कि आजीवन वैधता की लागत अधिकांश सर्किटों में पहले ही घटकर 295 हो गई है, जोकि वितरण तथा एकबारीय लागत की वसूली करने के लिए पर्याप्त नहीं है।
- अंतिम रूप से तैयार किए गए टीटीओ में संशोधनों को केवल सभी नए सब्सक्राइबर्स के लिए आगामी प्रभाव से क्रियान्वित किया जाना चाहिए, क्योंकि विद्यमान सब्सक्राइबर्स के निबंधनों में कोई भी परिवर्तन उन प्लानों के आधार को नकारात्मक रूप से प्रभावित करेगा जिसमें वे वर्तमान में हैं।

मसौदा टीटीओ में अंतर्विष्ट प्रस्तावों पर उपभोक्ता संगठनों से प्राप्त टिप्पणियां

प्रस्ताव 1: टैरिफ के किसी भी खंड में वृद्धि के संबंध में किसी एक्सेस सेवा उपभोक्ता को उपलब्ध न्यूनतम संरक्षण अवधि को वर्तमान व्यवस्था, जोकि 8 माह का संरक्षण का उपबंध करती है, की तुलना में किसी टैरिफ प्लान में नामांकन की उसकी तारीख से 12 माह तक बढ़ाने का प्रस्ताव है। तथापि, आजीवन सब्सक्राइबर और लंबी अवधि की वैधता वाले सब्सक्राइबर उपभोक्ताओं द्वारा आजीवन तथा दीर्घ अवधियों की वैधता के संबंध में संरक्षित किए जाते रहेंगे।

सेल्युलर फोन यूजर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया

- टैरिफ संरक्षण की न्यूनतम अवधि को बढ़ाकर 12 महीने कर दिया जाना चाहिए।
- इसके अलावा, यदि प्रचालक टैरिफ पैकेज की किसी शर्त में परिवर्तन का प्रस्ताव करते हैं, तो वे ऐसा केवल 12 माह बाद तथा सब्सक्राइबर को सूचना दिए जाने पर कर सकते हैं।

सेल्युलर यूजर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (सीयूएआई)

- टैरिफ संरक्षण की न्यूनतम अवधि बढ़ाकर 12 माह कर दी जाए।
- तथापि, इस अवधि के दौरान सब्सक्राइबर के पास उसकी पसंद/विवेक के अनुसार किसी नए टैरिफ में जाने का लचीलापन होना चाहिए।
- प्री-पेड सब्सक्राइबर को सेवाओं के एक्टिवेशन के कुछ दिन के भीतर निम्न के संबंध में एक पत्र जारी करेगा/भेजेगा। प्रारंभन का पत्र जिसमें चुने गए टैरिफ प्लान तथा

उपभोक्ता देखरेख आदि के लिए दायित्व/पद्धति का विवरण हो। यह एकबारीय संग्रहण सब्सक्राइबर के पते का सत्यापन भी सुनिश्चित करेगा (यदि स्पीडपोस्ट/पंजीकृत डाक - पावती द्वारा भेजा गया हो)।

केरल कन्ज्यूमर सर्विस सोसाइटी

- अत्यंत प्रसन्नता की बात है कि ट्राई ने दूरसंचार उपभोक्ताओं के संरक्षण तथा पारदर्शिता को सुनिश्चित करने के लिए "न्यूनतम संरक्षण अवधि" बढ़ाने पर विचार किया है। यह सही समय है जब मूल्यवृद्धियों के विरुद्ध उपलब्ध केवल छह माह की विद्यमान अवधि को किसी टैरिफ प्लान में नामांकन की तारीख से न्यूनतम 1 वर्ष का कर दिया जाए। इसके साथ, आजीवन सब्सक्राइबर तथा लंबी अवधियों के सब्सक्राइबरों को जारी रहने की अनुमति दी जानी चाहिए। यह परिवर्धन दूरसंचार टैरिफ आदेश में संशोधन के रूप में किया जा सकता है।

भारत ज्योति कंज्यूमर एडवोकेसी ग्रुप, लखनऊ

- हम सभी प्राधिकरण द्वारा सुझाए गए परिवर्धन से सहमत हैं।

प्रस्ताव 2: प्रत्यक्ष टैरिफ कटौतियों के मामले में, जहां प्रचालक का घोषित आशय बिना किन्हीं संलग्न देयताओं के सभी सब्सक्राइबरों का लाभ प्रदान करना है, वहां सब्सक्राइबर की ओर से स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाई की कोई पूर्वा-शर्त नहीं होगी।

सेल्युलर फोन यूजर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया

- इस खंड को शामिल किए जाने का पर्याप्त दबाव विद्यमान है। ऐसी अनेक घटनाएं हैं जिनमें प्रचालकों का घोषित आशय टैरिफ में ऐसी कमी का लाभ उठाने के लिए अनिवार्य आवश्यकता एक एसएमएस भेजना अथवा आईवीआर प्रणाली में कॉल करना अथवा कॉल सेंटर में फोन करना आदि थी, ऐसी कोई भी सकारात्मक कार्यवाही सभी सब्सक्राइबरों के लिए संभव नहीं है तथा इसके परिणामस्वरूप टैरिफ में ऐसी कटौती का लाभ सभी सब्सक्राइबरों तक नहीं पहुंच सका। इसका एक ताजा उदाहरण है — लगभग सभी प्रचालकों द्वारा एनएलडी/एसटीडी टैरिफों में कमी करना है, जहां कुछ प्रमुख प्रचालकों ने एक पूर्व-परिभाषित नम्बर पर एसएमएस भेजने पर ही सब्सक्राइबरों को टैरिफ में इस कटौती का लाभ प्रदान किया। टैरिफ में कमी को "गैर-भेदभावपूर्ण तरीके से लागू किया जाना चाहिए।

सीयूआई

- इसकी तत्काल आवश्यकता है, क्योंकि सभी सब्सक्राइबर संशोधित टैरिफों अथवा कटौतियों से अवगत नहीं हैं। प्रदान की गई सेवाओं के मास मीडिया अभियान अथवा एसएमएस आधारित अभियान ऐसी स्थिति में नहीं हो सकते हैं कि वे किसी पूर्व-परिभाषित संख्या को एसएमएस भेजने अथवा कस्टमर केयर को कॉल करने जैसी स्पष्ट सकारात्मक कार्यवाही करने की स्थिति में हों।
- ऐसे संशोधन (निम्न टैरिफ) को एक गैर-भेदभावपूर्ण तरीके से सभी सब्सक्राइबरों (जहां कहीं लाभप्रद हो) के लिए तत्काल लागू किया जाना चाहिए।

केरल कंज्यूमर सर्विस सोसाइटी

- महसूस करती है कि सभी सब्सक्राइबर बिना किसी संलग्न देयता के, एक एसएमएस के माध्यम से अनुरोध करने पर लंबी दूरी के प्रभारों को कम करने में मैसर्स वोडाफोन एवं मैसर्स आइडिया द्वारा घोषित निर्णयों का अनुपालन करेंगे।

भारत ज्योति कंज्यूमर्स एडवोकेसी ग्रुप, लखनऊ

- किसी प्रत्यक्ष टैरिफ कटौती के लाभ बिना किसी देयता के सेवा प्रदाता के सभी विद्यमान टैरिफ प्लानों में सभी सब्सक्राइबरों तक पहुंच जाने चाहिए। टैरिफ प्लानों को बिलकुल स्पष्ट और पारदर्शी बनाए जाने की आवश्यकता है तथा वे आसानी से किसी आम दूरसंचार उपभोक्ता को समझ में आ जाने चाहिए।

प्रस्ताव 3: ऐसे मामलों में, जहां किसी विद्यमान आजीवन वैधता वाले प्लान अथवा असीमित वैधता के प्लान का सब्सक्राइबर न्यूनतम प्रवेश शुल्क के साथ किसी नए आजीवन वैधता अथवा असीमित वैधता प्लान में स्थानांतरित होने का विकल्प चुनता है, वहां सेवा प्रदाता ऐसे स्थानांतरण की अनुमति के लिए किसी प्रत्यक्ष भुगतान अथवा आवर्ती प्रभार अथवा शुल्क का उद्ग्रहण नहीं करेगा।

सेल्युलर फोन यूजर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया

- ऐसा प्रचालकों द्वारा गैर-भेदभावपूर्ण तरीके से किया जाना चाहिए।
- संशोधित स्कीम का लाभ (जैसे टैरिफ में कमी) स्वतः ही प्रदान किया जाना चाहिए तथा सब्सक्राइबर को नए टैरिफ प्लान में ले जाया जाना चाहिए।
- आजीवन वैधता के प्रस्ताव लक्ष्यों की गतिशीलता तथा विभिन्न प्रचालकों के बाजारोन्मुख टैरिफ प्लानों के अनुसार तैयार किए जा रहे हैं। 1000 ₹0 का एकबारीय टैरिफ लगभग 295 ₹0 तक संशोधित किया गया है तथा सब्सक्राइबरों के लिए अनेक टैरिफ परिवर्तन और विशेष पैकेज कार्ड प्रारंभ किए गए हैं।
- तथापि, टैरिफ में किसी नए परिवर्तन के साथ पुराने सब्सक्राइबरों को संशोधित टैरिफ में स्थानांतरित होने का विकल्प तलाशने (कोई अन्य रीचार्ज पढ़ने) के लिए छोड़ दिया गया है।
- सेवा प्रदाताओं के लिए यह नितांत महत्वपूर्ण है कि वे बिना कोई अतिरिक्त अपफ्रंट प्रभार लिए ऐसे सब्सक्राइबरों को समान श्रेणी वाले नए टैरिफ प्लानों में स्थानांतरित कर दें।

सीयूएआई

- ऐसा प्रचालकों द्वारा एक गैर-भेदभावपूर्ण तरीके से किया जाना चाहिए।
- संशोधित स्कीम (जैसे टैरिफ कटौती) के लाभ स्वतः ही प्रदान किए जाने चाहिए तथा सब्सक्राइबर को नए टैरिफ प्लान में ले जाया जाना चाहिए।

केरल कंज्यूमर सर्विस सोसाइटी

- यह सुनिश्चित किया जाए कि सेवा प्रदाता कम प्रवेश शुल्क वाले नए वैधता प्लानों में स्थानांतरण के दौरान विद्यमान आजीवन वैधता वाले सब्सक्राइबरों से कोई अपफ्रंट भुगतान उद्ग्रहित न करें अथवा प्रभार प्राप्त न करें।

भारत ज्योति कंज्यूमर एन्वोकेसी ग्रुप, लखनऊ

- हमारा मत प्राधिकरण के समान ही है।

प्रस्ताव 4: टॉक टाइम मूल्य के प्रावधान हेतु अनन्य रूप से आशयित रीचार्जों पर लागू करों के अलावा कोई अन्य स्थायी शुल्क उद्ग्रहित नहीं किया जाएगा। तथापि, सेवा प्रदाता प्रशासनिक लागतों के रूप में एक साधारण शुल्क प्रभारित कर सकता है जो 2 रुपये प्रति टॉप-अप से अधिक नहीं होगा।

सेल्युलर फोन यूजर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया

- जी हां, समस्त टॉप-अप रीचार्जों को पूरा टॉक मूल्य (लागू करों के पश्चात) देना चाहिए।
- सभी प्रचालकों के पास व्यावहारिक रूप से एक निश्चित समय पर एक अथवा कोई अन्य रीचार्ज विकल्प होता है, जो पूरा टॉक मूल्य उपलब्ध कराता है (तथापि, उसे अनेक रीचार्ज विकल्पों में सावधानीपूर्वक देखना पड़ता है)।
- यह कदम विभिन्न चैनलों से उस दिन के प्रस्ताव/चल रही स्कीम को तलाशने में ग्राहक को मदद करेगा।
- बड़ी संख्या में प्रीपेड सब्सक्राइबर्स तथा इस तथ्य पर विचार करते हुए कि प्री-पेड खंड प्रचालकों को अग्रिम में राजस्व उपलब्ध करता है, यह एक स्वागतयोग्य कदम होगा। प्रत्येक सेवा प्रदाता के पास उपलब्ध अनेक रीचार्ज विकल्प प्रीपेड रीचार्ज को सब्सक्राइबर्स के लिए भ्रम का पिटारा बना देता है, यह तथा इसके साथ रीचार्ज मूल्यवर्गों के प्रकार तथा प्रीपेड रीचार्ज वितरकों के बीच जात्रकारी का अभाव, किसी भी साधारण सब्सक्राइबर के लिए सही रीचार्ज विकल्प को चुनने के कार्य को और भी कठिन बना देता है।
- इन सबसे ऊपर, ऐसे रीचार्ज विकल्प भी हैं, जो कि समयबद्ध कार्यक्रम विशिष्ट होते हैं तथा ऐसे अनेक उदाहरण हैं जहां रीचार्ज विकल्प विशेष रूप से किन्हीं व्यक्तित्व सब्सक्राइबर्स के लिए ही होते हैं अर्थात् रीचार्ज विकल्प "गैर-भेदभावपूर्ण" तरीके से नहीं किया जाता है तथा ऐसा करना ट्राई द्वारा विनिर्धारित टैरिफ निर्धारण के सामान्य सिद्धांतों के विरुद्ध है।
- सब्सक्राइबर्स के समक्ष उपलब्ध विकल्प को युक्तिसंगत बनाने के लिए प्रचालक को प्रीपेड रीचार्जों पर पूरा टॉक टाइम प्रदान करने तथा "टॉक-अप" रीचार्जों के लिए सांकेतिक प्रशासनिक शुल्क लेने का निदेश दिया जाना चाहिए।
- प्रचालकों द्वारा वैधता वाले रीचार्जों को सामान्यतया न्यूनतम आश्रित राजस्व वसूलने के लिए तैयार किया जाता है।
- प्रचालकों के लिए प्रीपेड रीचार्जों से प्रोदभूत अधिकांश राजस्व "इलेक्ट्रानिक" रीचार्जों के माध्यम से प्राप्त किया जाता है। बड़े प्रचालक इलेक्ट्रानिक रीचार्जों से ही प्रतिदिन 40-50 करोड़ रु० का राजस्व वसूल कर रहे हैं।
- प्रति संव्यवहार 2/- रु० का सांकेतिक प्रशासनिक शुल्क संव्यवहार के व्यय को बनाए रखने तथा उसकी वसूली करने के लिए युक्तिसंगत और व्यवहार्य है।

- प्रचालक बिलिंग तथा बट्टे खाते के रूप में पोस्टपेड खंड की तुलना में प्रीपेड में 5-8 प्रतिशत तक राजस्व की वसूली करते हैं।
- इसके अतिरिक्त, प्रचालक प्रीपेड में बिना खर्च हुई शेष राशि की गैर-वापसी से प्रीपेड खंड में अतिरिक्त राजस्व वसूल करते हैं।
- प्रीपेड खंड में वसूला गया राजस्व अग्रिम एक ओर तो अग्रिम राजस्व पैदा कर रहा है तथा वर्तमान ब्याज की दरों पर पूंजी की अग्रिम वसूली प्रचालकों के लिए लाभ प्रदान कर रहा है। इसके परिणामस्वरूप, वार्षिक आधार पर राजस्व की 10-11 प्रतिशत अधिक वसूली की जा रही है।

सीयूएआई

- जी हां। सभी टॉप-अप रीचार्जों को पूरी टॉक-वैल्यू (लागू करें के पश्चात्) प्रदान करनी चाहिए।
- सभी प्रचालकों के पास व्यावहारिक रूप से एक निश्चित समय पर एक अथवा अन्य रीचार्ज विकल्प उपलब्ध होते हैं, जो पूरी टॉक वैल्यू उपलब्ध कराते हैं (तथापि, अत्यधिक रीचार्ज विकल्पों के बीच उन्हें सावधानीपूर्वक देखा जाना चाहिए)।
- यह कदम ऐसे उपभोक्ताओं को राहत प्रदान करेगा जो विभिन्न चैनलों के उस दिन के प्रस्ताव/चालू स्कीमों को तलाश कर रहे होते हैं। प्रीपेड सब्सक्राइबर्स की विशाल संख्या पर तथा इस तथ्य पर विचार करते हुए कि प्री-पेड क्षेत्र प्रचालकों के लिए अग्रिम राजस्व वसूलता है, यह एक स्वागत योग्य कदम होना चाहिए।

केरल कंज्यूमर सर्विस सोसाइटी

- टॉक-टाइम मूल्य के प्रावधान के लिए विशेष रूप से आशयित रीचार्जों पर लागू करें को छोड़कर कोई नियत प्रभार उद्ग्रहित नहीं किए जाने चाहिए। यहाँ तक कि टॉप-अप प्रभार भी नहीं संग्रहित किए जाने चाहिए।

भारत ज्योति कंज्यूमर्स एडवोकेसी ग्रुप, लखनऊ

- टॉक टाइम मूल्य के प्रावधान के लिए विशेष रूप से आशयित रीचार्जों पर लागू करें को छोड़कर (स्पष्टता आवश्यक) कोई नियत प्रभार उद्ग्रहित नहीं किए जाने चाहिए। हां, सेवा प्रदाता प्रशासनिक लागत के रूप में प्रत्येक टॉप-अप पर 2/-रु0 से अनधिक एक मामूली शुल्क प्रभारित कर सकता है।

प्रस्ताव 5: यदि किसी आजीवन प्लान/असीमित वैधता वाले प्लान के निबंधन और शर्तों में किन्हीं विनिर्दिष्ट अंतरालों पर रीचार्ज की न्यूनतम राशि को कोई शर्त शामिल है, तो ऐसा अंतराल न्यूनतम छह माह होगा। इन प्लानों में रीचार्ज की विनिर्दिष्ट अवधि, यदि कोई है, की समाप्ति से पूर्व सेवा प्रदाताओं द्वारा उपभोक्ताओं को पूर्व में ही स्मरण कराया जाना होगा ताकि स्वतः ही विध्वंस से बचाया जा सके।

सेल्युलर फोन यूजर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया

- जी हां, लोक हित में इसे अनिवार्य बनाया जाना चाहिए।
- स्थानांतरण से किसी भी प्रकार के विच्छेद अथवा समाप्ति को असमान कार्यकलाप नहीं बनाया जाना चाहिए। एसएमएस के रूप में एक स्वतः सूचक अनिवार्य बनाया जाना चाहिए। यह गैर-पात्र और सीमांत सब्सक्राइबर्स के लिए अधिक महत्वपूर्ण है।

सीयूएआई

- हां, इसे लोक हित में अनिवार्य बनाया जाना चाहिए।

केरल कंज्यूमर्स सर्विस सोसाइटी

- व्यक्तिगत द्वारा कनेक्शन विच्छेद को रोकने के लिए कदम उठाए जाने चाहिए। उक्त अपेक्षाओं को पूरा करने के उद्देश्य से वर्तमान दूरसंचार टैरिफ आदेश को संशोधित करने के लिए ट्राई द्वारा कदम उठाए जाने चाहिए।

भारत ज्योति कंज्यूमर्स एडवोकेसी ग्रुप, लखनऊ

- जी हमारी राय प्राधिकरण के समान ही है।

कंज्यूमर-वॉयस.इंफो एंड कंज्यूमर्स यूनिटी एंड ट्रस्ट सोसाइटी (सीयूटीएस) ने ट्राई के प्रस्तावों का सामान्यतया स्वागत किया है।

TELECOM REGULATORY AUTHORITY OF INDIA**NOTIFICATION**

New Delhi, the 1st September, 2008

The Telecommunication Tariff (Forty-Eighth Amendment) Order, 2008

(3 of 2008)

No. 301-31/2007-Eco.—In exercise of the powers conferred upon it under sub-section (2) of section 11, read with sub-clause (i) of clause (b) of sub-section (1) of the said section, of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997), the Telecom Regulatory Authority of India hereby makes the following Order further to amend the Telecommunication Tariff Order, 1999, namely:—

1. (1) This Order may be called the Telecommunication Tariff (Forty-eighth Amendment) Order, 2008.

(2) This Order shall come into force with effect from the 15th day of September 2008. *

2. In clause 6 of the Telecommunication Tariff Order, 1999 (hereinafter referred to as the principal Tariff Order), after sub-clause (vii), the following sub-clauses shall be inserted, namely:—

“(viii) Where the terms and conditions of any tariff plan with lifetime validity or unlimited validity include any condition or stipulation which

requires any subscriber to recharge for any specified minimum amount within specified time periods or intervals during such validity so as to keep the said tariff plan valid, such specified time period or interval, shall, in no case, be less than six months:

(ix) In cases of straight tariff reductions where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers. Exercise of an option by the subscriber is relevant only when such options lead to any liability or adverse conditions on his part."

3. In Schedule II relating to Cellular Mobile Telecom Service (CMTS) to the principal Tariff Order, -----

(a) under the heading "TARIFF", in the entries occurring against the item "(4) Installation charge", for the words "offered by a service provider.", the following words shall be substituted, namely:-

"offered by a service provider and no up-front payment or recurring charges or fee or any such amount by whatever name or description, shall be levied from a subscriber of an existing life-time validity plan or unlimited validity plan (hereafter referred to as existing tariff plan) if such subscriber opts for migration to a new life-time validity or unlimited validity plan with lower entry fee.";

(b) under the heading "TARIFF", in the entries occurring against the item "(6) Tariff for pre-paid service", in the proviso, after clause (e), the following clause shall be inserted, namely:-

"no amount, whether as fixed fee or otherwise other than---

(i) applicable taxes; and

(ii) a nominal fee, not exceeding two rupees towards administrative costs or expenses for each recharge under any tariff plan, shall be levied on any recharge exclusively meant for provision of talk time value."

M. KANNAN, Advisor (Economic)

[ADVT III/4/142/2008-Exty.]

Note 1 :- The Telecommunication Tariff Order, 1999 was published in the Gazette of India, Extraordinary, Part III, Section 4 under notification no.99/3 dated 9th March, 1999, and subsequently amended as given below:-

Amendment No.	Notification No. and Date
1st	301-4/99-TRAI (Econ) dated 30.3.1999
2nd	301-4/99-TRAI(Econ) dated 31.5.1999
3rd	301-4/99-TRAI(Econ) dated 31.5.1999
4th	301-4/99-TRAI(Econ) dated 28.7.1999
5th	301-4/99-TRAI(Econ) dated 17.9.1999
6th	301-4/99-TRAI(Econ) dated 30.9.1999
7th	301-8/2000-TRAI(Econ) dated 30.3.2000
8th	301-8/2000-TRAI(Econ) dated 31.7.2000
9th	301-8/2000-TRAI(Econ) dated 28.8.2000
10th	306-1/99-TRAI(Econ) dated 9.11.2000
11th	310-1(5)/TRAI-2000 dated 25.1.2001
12th	301-9/2000-TRAI(Econ) dated 25.1.2001
13th	303-4/TRAI-2001 dated 1.5.2001
14th	306-2/TRAI-2001 dated 24.5.2001
15th	310-1(5)/TRAI-2000 dated 20.7.2001
16th	310-5(17)/2001-TRAI(Econ) dated 14.8.2001
17th	301/2/2002-TRAI(Econ) dated 22.1.2002
18th	303/3/2002-TRAI(Econ) dated 30.1.2002
19th	303/3/2002-TRAI(Econ) dated 28.2.2002

20th	312-7/2001-TRAI(Econ) 14.3.2002
21st	301-6/2002-TRAI(Econ) dated 13.6.2002
22nd	312-5/2002-TRAI(Eco) dated 4.7.2002
23rd	303/8/2002-TRAI(Econ) dated 6.9.2002
24th	306-2/2003-Econ dated 24.1.2003
25th	306-2/2003-Econ dated 12.3.2003
26th	306-2/2003-Econ dated 27.3.2003
27th	303/6/2003-TRAI(Econ) dated 25.4.2003
28th	301-51/2003-Econ dated 5.11.2003
29th	301-56/2003-Econ dated 3.12.2003
30th	301-4/2004(Econ) dated 16.1.2004
31st	301-2/2004-Eco dated 7.7.2004
32nd	301-37/2004-Eco dated 7.10.2004
33rd	301-31/2004-Eco dated 8.12.2004
34th	310-3(1)/2003-Eco dated 11.3.2005
35th	310-3(1)/2003-Eco dated 31.3.2005
36th	312-7/2003-Eco dated 21.4.2005
37th	312-7/2003-Eco dated 2.5.2005
38th	312-7/2003-Eco dated 2.6.2005
39th	310-3(1)/2003-Eco dated 8.9.2005
40th	310-3(1)/2003-Eco dated 16.9.2005
41st	310-3(1)/2003-Eco dated 29.11.2005
42nd	301-34/2005-Eco dated 7.3.2006
43rd	301-2/2006-Eco dated 21.3.2006
44th	301-34/2006-Eco dated 24.1.2007
45th	301-18/2007-Eco. dated 5.6.2007
46th	301-36/2007-Eco. dated 24.1.2008
47th	301-14/2008-Eco. dated 17.3.2008

Note 2: - The Explanatory Memorandum explains the objects and reasons for the Telecommunication Tariff (Forty-eighth Amendment) Order, 2008.

EXPLANATORY MEMORANDUM

The Authority had considered the issue of consumer transparency arising out of multiplicity of tariff offers in the access market in the year 2004 by issuing a consultation paper titled "Limiting the number of tariff plans offered by access service providers". That process resulted in issue of 31st Amendment to TTO in July, 2004 which contained the land mark provision of providing protection to consumers from tariff hikes for a

period of six months. The Authority, thereafter had issued several other regulatory mandates in the interest of consumers, which included 43rd Amendment to TTO, that guaranteed extended protection for customers enrolled into longer validity plans including lifetime plans. Despite several such measures taken by the Authority there is a feeling among consumers that various offers being made by the access service providers are not transparent and consumer friendly. The Authority continues to receive complaints from consumers and consumer organizations which inter-alia highlight transparency issues.

2. The Authority, therefore, decided to have a re-look at the regulatory framework relating to transparency in the matter of tariff offers through the well established process of public consultation. A consultation process was initiated by the Authority in this direction with the issue of consultation paper on 29th January 2008. Open House discussions were held in Ahmedabad and Jaipur. In this consultation paper titled "Issues arising out Plethora of Tariff Offers in Access Service Provision" the following issues were posed for consultation:-

- a) Is there a need to further reduce the limit of the number of tariff plans on offer from the existing cap of 25 and if so what should be the number? Justify your answer. If not, give reasons?
- b) What should be the service segments for application of the proposed cap?
- c) Is there a need to regulate the structure and the number of add-on packs and also counting them as tariff plans for the purpose of the cap on number of plans on offer? If yes, give specific suggestion.
- d) How to treat value added service in this scenario?
- e) Should a minimum validity period of 6 months specified for tariff plans by the provisions of 31st amendment to TTO needs to be reviewed?
- f) Should the tariff plans offered for subscription for a limited period but available for the customer as a regular plan be also counted as tariff plans for the purpose of application of the cap?

- g) Is there a need to regulate or restrict the promotional offers and if so what should be the measures?
- h) What further measures should be advisable to improve the transparency in the tariff offers?

3. The issues posed for consultation in the Paper can be broadly categorized into the following four sets of issues:-

- A) The need to reduce the cap on tariff plans.
- B) Review of the protection period of six months guaranteed by the 31st Amendment to TTO.
- C) Review of number and structure of tariffs offered as add-on packs/Value Added Service/Promotional tariffs and
- D) Further measures required to promote transparency in tariff offers.

4. The Authority had received written submissions from various stakeholders. These are available in the website of TRAI. Feedback was also obtained from the open house discussions held in the month of March, 2008 in Ahmedabad and Jaipur. This amendment order to TTO seeks to convey and formalise the decisions of the Authority on culmination of a multistage Consultation Process

Issues and the decision of the Authority in the first stage of Consultation

A) Is there a need to further reduce the limit of the number of tariff plans on offer from the existing cap of 25 ?

5. On the issue of reducing the existing limit of 25 plans on offer, three kinds of responses were received, (i) that capping of tariff plan was not necessary at all (ii) that the capping should be continued at the existing level and (iii) that cap on tariff plan should be reduced further. The reasons forwarded by stakeholders who favoured either no cap or no further reduction in the existing cap are listed below:-

- Internationally, regulators do not regulate number of tariff plans.
- If Service Providers ignore varied customer requirements, it is likely that prospective customer segments will remain untapped.
- There is no confusion amongst subscribers while selecting a tariff plan in case he or she is aware of the usage pattern.
- Limiting number of plans will only limit the choice available with the subscribers.
- Reducing the cap would only stifle competition and large section of subscribers would not be able to get a plan which is best suited to their needs.
- Another 5 to 6 new operators are likely to enter the market. The existing operators will have to launch new tariff plans to match the offers of the new entrants.
- It will result in limiting competition in the market and lack of option for the customer.
- Counter productive to the free market forces.
- Restriction bound to hurt some of the consumers who would no longer be able to avail tariff plans suited to their usage pattern.
- Consumer interest cannot be achieved through cap.
- Consumer benefits from greater choice.
- Cap will limit the ability of Service Providers to effectively compete.

6. The Stakeholders who were in favour of further reducing the cap from the existing level of 25 submitted the following points in support of their view point:-

- Consumers always get confused with large number of plans.
- Enable customer to identify ideal tariff package.
- Effectively eliminate tariff cartel of mobile SPs.
- TRAI in its own findings has stated that about 75 per cent of the customers in both pre-paid and post-paid have opted for only 5-6 tariff plans.

- Lack of transparency in the offers.
- Number of plans will further increase with new operators.

7. The majority view among the service providers as well as consumers / consumer organisations was that limiting the number of tariff plans will only limit the choice available for the customer and will not serve any purpose. The service providers submitted certain arguments against limiting the tariff offers/plans in the market on the ground that such a move could stifle the competitive activity in the market. Even certain consumer organizations in their written submissions to the Authority and during the Open House Discussions suggested that reduction of number of tariff plans would not be the appropriate option as that would limit the choice to consumers and thus they advocated continuation of the existing limit of 25 tariff plans. The general view emerged from the consultation process was that if the tariff plans are made simple without any ambiguity and hidden charges, then the number of plans may not create problems for the consumers.

8. The Authority noted that the number of options available in the matter of price plans is a genuine outcome of competitive activity in the market and any intervention in that may be against the policy of fostering competition. The Authority after considering the various view points expressed by the stakeholders and assessing the prevailing market conditions has decided not to change the current cap on the number of tariff plans that can be offered by access service providers, i.e. 25. This in other words means that the existing provision of 21st Amendment to TTO will continue to be applicable in this matter.

9. At any given point of time not more than 25 tariff plans shall be on offer by an Access service provider. This includes both post paid and pre paid tariff plans. For the purpose of monitoring the cap of 25 tariff plans on offer, any package on offer for enrollment / acquisition of customers into the network and having one or more of the following features, shall be counted as tariff plan:

- i) Title
- ii) Rental/Fixed Fee
- iii) Billing Cycle/Validity
- iv) Free Call Allowance/Talk time
- v) Local Call
- vi) STD
- vii) ISD
- viii) SMS
- ix) National roaming

In order to have a better monitoring mechanism for service providers and Authority as well as to facilitate enhanced transparency, it is decided to evolve a unique numbering scheme for each tariff plan. The detailed instructions in this regard are being issued separately.

10. Further it is mandatory for all service providers under the provisions of 21st Amendment of TTO, 1999 to provide the following information at the time of reporting fresh tariff plans:

"Number of tariff plans on offer to subscribers as on (the date of reporting).

- Pre-paid_____ (wherever applicable)
- Post Paid_____ (wherever applicable)"

Any new postpaid or prepaid plan for customer acquisition reported to the TRAI without the above information shall be treated as incomplete and will not be taken on record. This is being reiterated for strict compliance.

B) Review of number and structure of tariffs offered as add-on packs/Value Added Service/Promotional tariffs

11. A major issue discussed in the Consultation Paper was the ever increasing number and variety of add-on/top-up packs and promotional offers. While some consumer organisations insisted for regulation of Add-on Packs, certain other consumer organisations supported the point of view that any intervention against the add-on packs might limit benefits of technological development to the consumer. However the authority noted that the packs are optional for the customers and

generally beneficial for them too because the subscriber can lower the cost depending on the usage profile. The Authority has therefore decided not to impose any new regulatory restrictions on the number or structure of tariffs offered as add-on packs etc.

12. On careful consideration of the other issues posed for consultation in the paper and the responses of the stakeholders to them, the Authority arrived at a preliminary finding that the existing provisions of the TTO 1999 require amendments to further enhance transparency in the matter of tariff offers. The issues, the responses on them, its analysis, the findings of the Authority from the first stage of consultation are detailed below.

C] Review of minimum validity period of 6 months specified for tariff plans by the provisions of 31st amendment to TTO:

13. On the issue of reviewing the provisions of 31st Amendment to TTO which provides six months protection to consumers from tariff hikes, the responses from the stakeholders were divided as expected. The service providers and their associations were either in favour of retaining the protection period of six months or abolishing it. On the other hand, the consumers and Consumer organizations representing them submitted to the Authority that the period may be enhanced to twelve months. The points made in favour and against on the issue are as follows:

Major points in favour of having protection period/enhanced protection period:

- There is an urgent demand to fix a minimum validity period of 1 year to bring in more stability in the market with transparency
- Frequent changes in tariff plans are not a desirable option for the subscribers.

- The minimum validity period of the tariff plans could be enhanced to 12 months, in order to bring stability and transparency in the market.
- Frequent changes in tariff plans will pose a discomfort or a factor of annoyance to customers.

Major points against having protection period/enhanced protection period:

- Tariffs are offered to the customer on the basis of existing costs and cost projected for a shorter period of time. A time period of six months is a very long time to guarantee a subscriber against the price escalation. Price escalation is to be recognized as fact of life.
- It is very tedious for the billing system to track the subscribers on 6 months basis.
- Any such specification of validity would curb the freedom of operators in the market and be an unnecessary impediment in the action of competitive forces. This would in fact be a disincentive for operators to come forward with new offerings.

14 The Authority decided to propose increasing the 6 months period to 12 months and to seek the views of all the stakeholders again in the second stage of consultation. Detailed analysis of the issues raised in this regard and the basis on which the Authority has finally addressed these issues are given in paragraphs 23 to 27 of this explanatory memorandum.

D] Further measures required to promote transparency in tariff offers

15. The Authority has provided customers the right to choose from among various plans on offer and they are also free to migrate from one plan to any other plan on offer. The 4th Amendment to TTO explicitly prohibits the operators from charging any fee in the form of migration fee when the customer moves from one plan to another. However, the Authority found that certain non-tariff barriers are being introduced by the service providers to dilute the customers' right to subscribe or migrate to the plan of his choice. Some such instances that came to the notice of the Authority were:

- i. Some service providers had offered and advertised general reduction in tariffs. But the benefit of the reduced tariff was limited to only those customers who could exercise their choice for the reduced tariff by way of sending SMS to predefined number etc.
- ii. Initial lifetime plans offered by service providers had an upfront payment in the region of Rs.1000 and the local call rates were Rs.1.99/minute. Recently several service providers launched new Lifetime plans with substantially lower upfront payment ranging from Rs.495 to Rs.195 and with lower local call rates of Rs.1/minute. However some of the service providers did not provide for migration of existing lifetime customers to the new Lifetime schemes though they had paid a higher entry fee than the new customers, thus denying them the benefit of reduced call charges. In some cases it was also found that existing subscribers were being asked to pay a one time charge or a recurring fee by way of special recharges in order to avail lower call charges equivalent to those applicable for new subscribers.

16. Such measures are not in consonance with some of the existing mandates of the Authority. However in order to prevent such anti-consumer measures and to ensure a free and fair migration to the consumers across plans the Authority considered it appropriate to incorporate the explicit provisions to the TFO 1999 to the effect that :-

- i. No additional upfront payment or recurring fee by way of recharge etc. shall be levied when a customer in an existing Lifetime scheme opts for migration to a new Lifetime scheme with lower entry fee.
- ii. In cases of straight tariff reductions where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers. Exercise of an option by the subscriber is relevant only when such options lead to any liability or adverse conditions on his part.

17. One of the major acquisition schemes currently available in the market is in the nature of lifetime schemes. Such schemes generally require the customers to make a minimum recharge at specified intervals, normally six months. But the Authority had also received proposals from service providers where the frequency of the recharges was proposed at every 60 days. The Authority is of the view that specifying recharges at such very short intervals will dilute the "lifetime" character of the lifetime plans and make it more or less similar to the normal prepaid plans that require recharges at shorter frequent intervals. The Authority held the view that service providers shall not insist on recharges between periods lesser than six months in life time plans.

18. During the process of consultation, a need was felt to review the structure of various top-up recharges, as it was brought to the notice of the Authority that service providers are deducting certain fixed amount even for recharges exclusively meant for providing talktime to subscribers who are already having validity. Such subscribers had obtained validity by already paying a fixed fee. The Authority felt that levy of a second or subsequent processing fee when the customer buys talktime through talktime top-ups is unjustified. The Authority therefore proposed to have an amendment to the TTO to the effect that no fixed fee other than applicable taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talk time value. However, the service providers may charge a nominal fee not exceeding Rs.2/- per top-up towards administrative costs. This proposal will effectively mean that a subscriber having validity need not pay more than Rs.2/- as fixed fee other than applicable taxes when he purchases a talktime voucher exclusively meant for augmenting talk time. The Authority, however, decided to go in for a second stage consultation since this issue was not specifically posed in the Consultation Paper dated 29.1.2008. Examination of submissions in this regard among other issues is contained in paras 28 to 40 of this Explanatory Memorandum.

SECOND STAGE OF CONSULTATION

19. The Authority undertook the second stage of consultation process by publishing a draft tariff amendment order in the website of TRAI which contained the proposals that were based on the abovementioned initial findings from the first stage of consultation. The draft tariff order was circulated to stakeholders as a Short Consultation Note on 22nd July 2008 seeking their views on proposed amendments to the existing Telecommunications Tariff Order. The consultation note that was placed

on the TRAI website is annexed to this Explanatory Memorandum as Annexure A. The summary of the proposed amendments to the TFO as contained in the Short Consultation Paper are given below:-

- i. The minimum protection period available to an access service consumer from hike in any segment of the tariff was proposed to be increased to 12 months from his/her date of enrolment into a tariff plan as against the current regime which provides for 6 months protection. However, lifetime subscribers and subscribers in longer periods of validity will continue to be protected for the lifetime and with respect to the longer periods of validity subscribed to by the consumers.
- ii) In cases of straight tariff reductions, where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers.
- iii) In cases where a subscriber of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to a new lifetime validity or unlimited validity plan, with lower entry fee, the service provider shall not levy any upfront payment or recurring charges or fee for allowing such migration.
- iv) No fixed fee other than applicable taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talk time value. However, the service providers can charge a nominal fee not exceeding Rs.2 per top up towards administrative costs.
- v) If the terms and conditions of a lifetime plan/plan with unlimited validity include any condition of minimum amount of recharge at specified intervals, such interval shall be minimum six months. Before expiry of the specified duration for the recharge, in these plans, if any, consumers are to be reminded by the service providers in advance to avoid disconnection by default.

FEEDBACK FROM THE SECOND STAGE OF CONSULTATION PROCESS

20. The consumer organisations in their responses welcomed the proposed amendments. On the other hand, the service providers and their Associations raised certain reservations against some of the proposals contained in the Short Consultation Note. However their main objections were to the proposals to increase the tariff protection period and to cap processing fee on talktime recharges. The summary of the major points made by the operators and their Associations are attached as Annexure-B to this Explanatory Memorandum. While submitting written submissions to the short consultation note, the industry associations, viz. Cellular Operators Associations of India (COAI) and the Association of Unified Telecom Service Providers of India (AUSPI) sought a meeting with the Authority to further explain their concerns on the proposals. The Authority heard them in detail in a meeting held on 14th August 2008.

21. The Service Providers and their Associations made certain general comments on the Amendments proposed to the existing TTO that were put up for the short consultation. The Authority has taken note of these general views expressed by the operators and would like to respond to them before considering the responses to each of the specific amendments and analysing them. Such general views expressed by the Service Providers and their Associations during Short Consultation Process are:

- a) Interfering with the tariff plans in an intensely competitive market would curtail the flexibility of operators to address the increasing demands of the subscribers and their specific and ever changing usage requirements.

- b) Despite inflationary trend, the telecom prices have continued to be on decline.
- c) The concept of tariff forbearance which has been followed by the Authority assumes that the market is highly competitive and hence the micro management of tariff matters is not required and the market force should be allowed to decide the tariffs.
- d) The Authority seems to have lost sight of its mandate under the TRAI Act to protect the interests of service providers also alongwith the consumers of the telecom sector.
- e) When the Authority has no control over the inflation and rising operating costs, the Authority should not do micromanagement of telecom tariffs.
- f) The amendments to the TFO finalized should be carried out prospectively for all new subscribers only, as any change in the terms of existing subscribers could negatively impact the very basis of the plans they are presently on.

22. At the very outset, the Authority would like to make it very clear that it has no intention to interfere with the market forces or to micro manage the tariffs. The Authority agrees with submissions of the operators that the mobile market is competitive. The Authority also acknowledges the fact that the innovative tariff plans offered by the service providers have immensely contributed to the phenomenal growth of mobile services in the country. It is also a fact that there are large number of instances where lack of transparency in tariff offers has adversely affected consumer interest in the past. Further, the urban areas which were the initial focus area of service provision are fast reaching saturation particularly in mobile penetration and the wireless service provision is currently moving into non-urban areas. The

Authority considers that the subscribers from this newly emerging market in the non-urban areas require further confidence building measures and protection so that the mobile services will acquire acceptance at a faster pace and the success story in the urban areas could be repeated in the non urban areas as well. This has been the objective of the Authority behind the Draft TTO circulated on 22nd July, 2008 and it is in no way to be seen as an effort to micro manage tariff matters or interfere with the market forces. It may also be noted that some of the proposals in the TTO do not mandate any new measures to be adopted by the service providers. They only provide mandatory status to some of the currently prevailing industry practices. The apprehensions expressed with regard to financial viability of existing tariff plans have also been taken into consideration by the Authority while arriving at the final decision. These aspects have been further explained below where the rationale behind the Authority's decision on the specific issues have been provided.

**FINAL DECISION OF THE AUTHORITY ON THE PROPOSALS
CONSIDERED IN THE SECOND STAGE OF CONSULTATION AND THE
RATIONALE BEHIND THE DECISIONS**

Proposal to increase the existing six months protection period as envisaged by the provisions of 31st Amendment to TTO to twelve months as a consumer friendly measure - Analysis of the issues raised by the Operators/Associations and the rationale behind the Authority decision

23. In what follows, key issues raised by various stakeholders in the consultation process have been addressed by the Authority. For the sake of clarity, the points raised by the service providers/their associations are given in italics followed by the views of the Authority on that point.

'Indian market is characterised by intense competition'

"Considering the intense competitive scenario in the mobile sector, the enhancement of the minimum protection period of even six months is not required."

24. In this regard, it is relevant to note that broadly there are two types of marketing strategies of the access service providers viz. acquisition strategy and retention strategy. In the acquisition strategy the aim is to acquire new subscribers to their network whereas in the retention strategy the aim is to retain the existing subscribers in their network. Every player in the market brings out tariff offers which comprises of strategies to acquire new subscribers and retain existing subscribers. As a result, a very large number of tariff plans are offered in the market leading to utter confusion to potential consumers of the service and existing subscribers of the service providers. For obvious reasons, every new plan contains new features, different tariff levels some of which may be higher than the levels contained in the previous plans and some of which may be lower than the levels contained in the previous plans already subscribed by the consumers. There is a heavy flow constantly of such tariff schemes flooding the market day in and day out. Confusion apart, this does not provide stability and orderly growth in the market. Competitive offers should not result in consumers having to suffer. Feedback received from consumers/organizations representing consumers suggest that there ought to be a minimum period of protection for consumers from changes that may become disadvantageous to them. Basic considerations that influence the choice of consumers while selecting the tariff plans at the time of subscription should remain unchanged for a reasonable period of time for the consumers. To meet this objective, the Authority brought in the 31st Amendment to TTO in 2004 wherein telecom access consumers were

sought to be protected from tariff hike for a minimum period of six months from the date of subscription to a tariff plan/scheme/offer.

25. In this context, the Authority reviewed significant developments that have taken place in the market during the last few years. One of the major developments relates to tariff decline in access provision particularly in wireless service, that has spurred the growth of telecom services in the country. The Authority found merit in the submissions made by service providers that in a competitive market where tariffs are declining it becomes competitively unviable for operators to frequently change tariffs to the disadvantage of the consumer.

26. The Authority further noted that the 43rd Amendment to TTO¹ protects consumers who have enrolled into lifetime tariff plans from tariff hikes for the entire validity of the license period. As per this Amendment, any tariff plan presented, marketed or offered as valid for any prescribed period exceeding six months or as having lifetime or unlimited validity in lieu of an upfront payment shall continue to be available to the subscriber for the duration of the period as prescribed in the plan and in the case of lifetime or unlimited validity plans as long as the service provider is permitted to provide such telecom service under the current license or renewed license. Further, the Authority vide its advisory dated 4.6.2007 laid down certain guidelines relating to handset bundled tariff schemes. As per these guidelines, the period during which the handset is locked to the service providers network tantamount to the minimum period of validity of the tariff scheme. The Authority, therefore, interpreted that any lock in period specified by a service provider is part and parcel of the bundled offer and the subscriber availing the offer is entitled to the protection against any tariff hike during the lock in period

¹ Telecommunication Tariff (43rd Amendment) Order dated 21.3.2006, Gazette of India

to the network. Thus, hike in any item of tariff during the period which a customer is locked to a network would be inconsistent with the provisions of the 43rd Amendment to TTO. Since the launch of lifetime type of tariff plans in the market in late 2005 and early 2006, the Authority has found that the lifetime tariff plans and plans with longer validity plan have become quite popular in the market. Thus, the competition with regard to 'validity' parameter of the prepaid platform in general is on the wane, with the longer validity plans dominating the market. Lifetime type of tariff plans and schemes with longer validity have been found to have imparted stability in the market. The Authority also took note of the submissions of service providers that it becomes very tedious for the billing system to track the subscribers for a long period like twelve months.

27. Therefore, the Authority after taking into account the viewpoints of service providers, consumers and organizations representing them and after making a detailed analysis of various evidences available and considering other measures contained in this order, *has come to the conclusion that the long term interests of the consumers and the sector in general would be best served by retaining the existing framework governing tariff protection to telecom access consumers. Thus the provisions of the 31st and 43rd amendment to TTO 1999 will continue to apply in the matter without any change.*

Proposal to disallow levy of processing fee (PF) on talk-time top-ups
Analysis of the issues raised by the Operators/Associations and the rationale behind the Authority decision

28. This proposal of the Authority was opposed by the industry segment mainly on the following two grounds:

- (a) *"The prescribed ceiling will not be sufficient to recover all costs related to recharge vouchers especially if recharge is for*

higher value where the distributor/retailer commission is much higher."

- b) *"The basis on which TRAI has worked out the administrative cost for top up recharge voucher as maximum of Rs. 2/- only is not known."*

29. The Authority considers this issue more as a transparency aspect than a tariff matter. It must be kept in mind that the decision is confined only to category of "talk-time recharges" i.e. the top-up recharges used only for the purpose of augmenting talk-time value. It does not affect any other component of prepaid service. In the Consultation Paper, the last issue that was raised was an open ended issue seeking suggestion on measures to improve transparency in tariff offers. The discussions on this point led to the conclusion that levy of processing fee as a percentage of the talk time voucher value is not a transparent way for working out the effective tariff payable by the consumer and it is unreasonable as well. The argument goes that once a consumer is enrolled into a prepaid plan where his tariffs are defined and validity is bought, thereafter, the consumer has to simply recoup the balance talk time. While doing so, he is simply purchasing the talk time only and nothing else, in which case, he is required to pay only for the value of the talk time in addition to the applicable taxes. Perhaps in the process of selling such talk time top-ups, some reasonable cost towards administering the sale of such talk time voucher may be justifiable. But this cannot be levied and collected on a pro-rata basis with respect to the value of the talk time voucher nor can the levy remain high as is evident in the market at present. From the tariff filings of the wireless access service providers, the Authority has noted the fact that even in non-life time plans, talk time top-ups attract a very high processing fee seemingly having no relation to cost.

30. *Before arriving at the decision to limit levy of fee in talk time top-ups as notified in this tariff order*, the Authority had a close look at the structure of levy of processing fee in talk time top ups by the various operators. The analysis revealed the following:

- While some service providers levy the processing fee as percentage of the value of the pack, there are others who collect the processing fee at fixed rates.
- Service providers do have different rates of processing fee for different type of plans.
- Some operators increase the level of processing fee with the value of the pack and for some operators, it is inversely proportionate.
- The processing fee levied in paper top-ups and e-top ups are different.
- There are some operators with processing fee structure which does not exceed Rs.3/- whereas certain operators even charge processing fee of upto Rs.95. For the same operator and for the same service area, the processing fee varies drastically for minor variation in the value of the top-up.

31. The emerging picture is disheartening to say the least for the reason that there is utter lack of transparency and rationality in the manner in which the processing fee is levied by the service providers. The submission of the operators that tariffs are market driven does not seem to hold good in the matter of levy of processing fee. Apparently the flexibility provided to the operators by the Authority in determination of tariff has been misused considerably by some service providers while levying processing fee from the subscribers. The decision of the Authority in this matter has been forced by such arbitrariness and the Authority intends to ensure a fair deal for the subscribers without causing any

significant loss to those service providers who have a rational structure for processing fee.

32. The Authority is of the view that determination of processing fee by operators should bear proportional relationship and be reasonable. Amount levied by some operators as processing fee is increasing with the value of the Maximum Retail Price of the voucher. When validity has been paid for and tariffs defined in the base plans, there is hardly any justification for such high processing fee. This amounts to abusing the policy of forbearance, especially when the Authority has provided the flexibility to the operators to recover the cost of service provision in a transparent manner.

33. Another point made by some of the service providers is that application of the proposed mandate to disallow processing fee on talk time top-up would affect the viability of already contracted plans. In the case of newer versions of lifetime tariff plans that were launched in the beginning of the current year there was a provision for levy of processing fee for talk time voucher on a pro-rata basis. At that time, the levy of pro rata processing fee on talk time voucher was sought to be justified by the service providers on the ground that the predominant part of the tariff i.e. local call charges was reduced by almost half (to Re.1 per minute) and therefore in a way linked to the tariff reduction. Subsequent developments in the market reveal that local charges have come around to the same level of what was offered in the newer versions of lifetime tariff plans indicating a general decline even for non-lifetime prepaid customers. In fact the recharge conditions stipulated in these offers ensures a minimum of Rs. 200 recharge once in 6 months which has not been disallowed. Thus the industry practice also point towards the fact that provision of full talk time in top-ups is not likely to affect the viability of the tariff offers currently available in the market. Therefore,

the apprehension that the decision to prohibit levy of processing fee on talk-time top ups may affect viability of existing plans is not borne out of facts.

34. Further from the discussions with the industry representatives, it is understood that nearly 80% of recharges today are through e-recharge. The cost of administering such e-recharges is reportedly closer to zero except the commission for the dealer which is negotiated in bulk and for sale of all products of the service provider. Therefore the mandate to limit the levy of processing fee/administrative fee on talk time top up to Rs.2 per top up as ceiling, irrespective of the value of the denomination and irrespective of the pre-paid plan is unlikely to lead to issues of financial viability.

35. One of the submissions of the service providers and their associations with regard to the proposal to cap the processing fee on talk time top up vouchers states that the ceiling of Rs.2 per top up will not be sufficient to recover the administrative costs of the sale of the talk time vouchers. The category of administrative cost relating to recharge vouchers as per their claim include distribution cost, IN maintenance cost, distributor and retailer commission, printing of recharge vouchers and advertisement and publicity cost. The Authority notes that all of these categories of costs as claimed by the service providers are not relevant for administering the sale of talk time top up vouchers for which the ceiling is prescribed at Rs.2 per top up. These categories of costs like advertisement and publicity, IN maintenance cost are certainly not considered as relevant for the purpose. Similarly, distribution cost cannot be different from cost incurred on account of distributor and retailer commission. Printing of recharge vouchers is a relevant item of cost but over a period of time, this mode of recharge, as per industry sources is becoming insignificant. Market intelligence in this regard

reveals that majority of the revenue accruals from the prepaid recharges is achieved through electronic recharges where physical printing of vouchers and its distribution does not exist. Cost recovery in general for administering the sale of top up vouchers has to be seen in totality. Infrastructure deployed for the purpose of maintenance of database and other associated billing systems is indivisible as there are several streams of revenue for the service providers from the sale of different type of products for the same customer, e.g. sale of validity coupons, sale of discounted tariff vouchers, recharge vouchers/coupons combining validity, tariff, etc. and sale of add-on packs, SMS packs, and tariffs for these products are under forbearance. Therefore, the cost recovery on account of total infrastructure facility deployed needs to be seen with respect to the overall cost incurred in provision of service and overall revenue arising out of the sale of all products. In this regard, operating cost of cellular service providers could be the most appropriate parameter for examination. Trends in the operating costs of cellular service provision, a major segment of the industry has been examined based on published data.

Trends in Operating Costs of Cellular Service Provision in India

Year	Operating cost/subscriber/month (Rs.)
2003	288
2004	193
2005	159
2006	146
2007	128

Source: Cellular Operators Association of India²

36. As is evident from the Table above, the reduction in the operating cost per subscriber per month during the last five years alone works out

² Indian GSM Cellular Benchmarking Study 2007, COAI, May 2008, New Delhi

to 55%. In the last one year alone, operating cost registered a decline of 13%.

37. The Authority also verified the results of this analysis by relating the operating cost with another major parameter i.e. net service revenue.

Trends in the operating costs as percentage of net service revenue

Category of operating cost	2003	2007	Percentage decline
Administrative cost	9%	7%	22%
Personnel cost	9%	5%	44%
Sales and marketing cost	19%	13%	46%
Network operating cost	21%	19%	9.5%

Source: Cellular Operators Association of India³

38. The order of decline in operating cost as proportion to net service revenue is self-evident from the table given above and confirms the results obtained earlier when operating cost trend was studied in an absolute manner. These evidences go to prove that the operating costs are not only declining absolutely but also relatively. Detailed analysis of the reasons for reduction in the cost of providing services in telecommunication sector in general and in mobile telephony in particular over a period of time is comprehensively documented in the Explanatory Memorandum to TTO dated 24.1.2007⁴.

39. Whether we look at the operating cost on a per subscriber basis or whether we look at the operating cost as a percentage of net service

³ Indian GSM Cellular Benchmarking Study 2007, COAI, May 2008, New Delhi

⁴ The Telecommunication Tariff (44th Amendment) Order, 2007 dated 24.1.2007, Para No.11.13 - 11.16, Gazette of India.

revenue, the trend suggests that there has been a substantial decline in the operating cost in general and in all the identifiable components of the operating costs. Of particular importance is the sales and marketing cost which has registered a decline of about 46% from the period 2003 to 2007. No submissions made before the Authority by the service providers and their association prove the point with evidence that Rs.2 per top up is insufficient to cover the relevant costs. In fact, this issue was discussed with the service providers in separate meetings held with the Authority and no calculation was shown to prove their point that Rs.2 per top up is insufficient to cover the cost of sale of talk time vouchers.

40. While the Authority fully agrees with the views of the operators that flexibility in tariff setting is essential for the growth of the sector as a whole, it firmly believes that transparency cannot be compromised in the tariff offers. Processing fee of the order seen in talk time voucher is certainly a hidden cost. In that respect the Authority's decision to cap the processing fee to a flat administrative cost of Rs 2 (as ceiling) would have the added advantage of facilitating comparison of tariff plans by the consumer to make an informed choice.

DECISION ON LIFETIME PLANS AND TARIFF REDUCTION ETC.

41. The other three proposed provisions to the existing tariff order are basically intended to enhance transparency in the matter of tariff offers. These proposals have met with considerable acceptance within the service providers as the responses of the service providers/their associations reveal.

Decisions relating to Lifetime Plans

42. Initial lifetime plans offered by service providers had an upfront payment in the region of Rs.1000 and the local call rates were Rs.1.99/minute. Recently several service providers launched new Lifetime plans with substantially lower upfront payment ranging from Rs.495 to Rs.195 and with lower local call rates of Rs.1/minute. However some of the service providers did not provide for migration of existing lifetime customers to the new Lifetime schemes though they had paid a higher entry fee than the new customers, thus denying them the benefit of reduced call charges. In some cases it was also found that existing subscribers were being asked to pay a one time charge or a recurring fee by way of special recharges in order to avail lower call charges equivalent to those applicable for non-subscribers. Such unfair measures are not in consonance with some of the existing mandates of the Authority which provide for migration of subscribers from one plan to another plan on offer without having to pay any fee in the nature of migration charge. In order to prevent such anti-consumer measures and to ensure a free and fair migration to the consumers across plans the *Authority considered it appropriate to further clarify the provisions of the TTO 1999 that in cases where a subscriber of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to a new lifetime validity or unlimited validity plan, with lower entry fee, the service provider shall not levy any upfront payment or recurring charges or fee for allowing such migration.*

43. Lifetime schemes in the market generally require the customers to make a minimum recharge at specified intervals, normally six months. But the Authority had also received proposals from service providers where the frequency of the recharges were proposed at every 60 days.

The Authority is of the view that specifying recharges at such very short intervals will dilute the "lifetime" character of the lifetime plans and make it more or less similar to the normal prepaid plans that require recharges at shorter frequent intervals. ***The Authority through this tariff order has decided that service providers shall not insist on recharges between periods lesser than six months in life time plans.***

44. The Authority also noted that in case the customer fails to meet the condition of a minimum recharge after a specified period of time, the connection is liable for deactivation. The customers may forget or fail to keep track of the days of recharging in the intervening period and this may lead to unintentional disconnection by default. In order to minimize the incidences of such disconnection by default, ***the Authority considered it advisable that the service providers should make efforts to remind the customers by way of SMS or customer care call prior to the due date of making such recharge.*** However, this consumer friendly measure does not preclude the subscribers from not honouring their contractual obligation of making recharges at the specified intervals for remaining connected.

Decision relating to Unconditional availability of the benefit of straight tariff reductions to the subscribers

45. Some service providers had offered and advertised general reduction in tariffs. But the benefit of the reduced tariff was limited to only those customers who could exercise their choice for the reduced tariff by way of sending SMS to predefined number etc. The Authority has disallowed such implementation of the declared and publicized lower tariffs after having found that the preconditions attached to offer

are unfair and unreasonable. To prevent occurrences of such unfair means in future the Authority vide this tariff amendment order has mandated that "in cases of straight tariff reductions, where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers".

46. All the decisions contained in this order shall be applicable to all customers, new and existing, irrespective of the plans or billing platform and shall be effective from 15th September 2008.

47. During the consultation process the Authority received several suggestions from the stakeholders for further improving the transparency in the matter of tariff offers. The Authority has considered those suggestions and a Direction is issued separately mandating several consumer friendly regulatory measures to enhance and ensure transparency in the matter of tariff offers.

48. Summary of the features of amendments to the Telecommunication Tariff Order made here are given below:-

17. No fixed fee other than applicable taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talk time, value

irrespective of the type of tariff plan and irrespective of the mode of recharge. However, the service providers can charge a nominal fee not exceeding Rs.2 per top up towards administrative costs.

2) In cases of straight tariff reductions, where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be

any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers.

Authority is of the view that the existing provisions of Telecommunication Tariff Order 1997 need certain amendments to further enhance the transparency in the tariff offers in access services provision. Amendments proposed to be made as amendments to Telecommunication Tariff Order are summarized below:-

- 3) In cases where a subscriber of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to a new lifetime validity or unlimited validity plan, with lower entry fee, the service provider shall not levy any upfront payment or recurring charges or fee for allowing such migration.
- 4) If the terms and conditions of a lifetime plan/plan with unlimited validity include any condition of minimum amount of recharge at specified intervals, such interval shall be minimum six months. The Authority has also advised the service providers that before expiry of such specified duration for the recharge, consumers are to be reminded by way of SMS or customer care call in advance to avoid disconnection by default.

Annexure A to the Explanatory Memorandum

Telecom Regulatory Authority of India

Sub: Short Consultation on certain Amendments to Telecommunications Tariff Order, 1999 as a sequel to the consultation process initiated in January, 2008.

Date: 23rd July, 2008

Background

A Consultation process was launched by the Authority with a view to review the regulatory framework relating to transparency in the matter of tariff offers in access service provision, as there is a feeling among consumers that tariff offers being made by the service providers are not transparent and consumer friendly. As part of this process, the Authority issued a Consultation Paper entitled, 'Issues Arising out of Plethora of Tariff Offers in Access Service Provision' in early part of this year. This was followed by Open House Discussions in Ahmedabad and Jaipur.

Based on the feedback received from the stakeholders, the Authority is of the view that the existing provisions of Telecommunications Tariff Order, 1999 need certain amendments to further enhance the transparency in the tariff offers in access service provision. Modifications proposed to be made as Amendments to Telecommunications Tariff Order are summarized below:-

- 1) The minimum protection period available to an access service consumer from hike in any segment of the tariff is proposed to be increased to 12 months from his/her date of enrolment into a tariff plan as against the current regime which provides for 6 months protection. However, lifetime subscribers and subscribers in longer periods of validity will continue to be protected for the lifetime and with respect to the longer periods of validity subscribed to by the consumers.
- 2) In cases of straight tariff reductions, where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers.
- 3) In cases where a subscriber of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to a new lifetime validity or unlimited validity plan, with lower entry fee, the service provider shall not levy any upfront payment or recurring charges or fee for allowing such migration.
- 4) No fixed fee other than applicable taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talk time value. However, the service providers can charge a nominal fee not exceeding Rs.2 per top up towards administrative costs.
- 5) If the terms and conditions of a lifetime plan/plan with unlimited validity include any condition of minimum amount of recharge at specified intervals, such interval shall be minimum six months. Before expiry of the specified duration for the recharge, in these plans, if any, consumers are to be reminded by the service providers in advance to avoid disconnection by default.

The draft Telecommunications Tariff Order Amendment incorporates the provisions to cover the above mentioned aspects in tariff offers.

Stakeholders are requested to offer their views, if any on these proposals of the Authority to amend the Telecommunications Tariff Order.

Written submission in electronic form would be appreciated and the same may be submitted on or before 31st July, 2008.

Full text of the draft Telecommunication Tariff (48th Amendment) Order, 2008 is annexed herewith.

Annexure B to Explanatory Memorandum

Submissions received from the Operators and their Associations on the proposals contained in the draft TTO put up for short consultation by the TRAI

Proposal 1

The minimum protection period available to an access service consumer from hike in any segment of the tariff is proposed to be increased to 12 months from his/her date of enrolment into a tariff plan as against the current regime which provides for 6 months protection. However, lifetime subscribers and subscribers in longer periods of validity will continue to be protected for the lifetime and with respect to the longer periods of validity subscribed to by the consumers.

COAI

- Indian market is the fastest growing mobile market in the world with about 8-9 million additions per month and is characterized by intense competition. These tariff plans are a reflection of the competition and interfering with them would curtail the flexibility to address the increasing demands of the subscribers and their specific and ever changing usage requirements.
- The mobile market has significantly matured and given the present level of high competition, we believe that micro management is not required. Hence we respectfully submit that the suggested amendments by the Authority are not desirable and will fail to address the broader perspective of growth sustenance.
- The price protection is necessary only in a monopolistic environment. In Indian mobile sector there already exists intense competition. There are already 7 to 8 players in every circle and this is going to increase to 10 to 12 players in the near future. We will thus have an intensely competitive scenario where 10 to 12 players in each circle will chase the customers with best price offers. Considering the intense competitive scenario in the mobile sector, the enhancement of the minimum protection period of even 6 months is not required.
- Entry cost for the customers has virtually become zero and hence subscriber can easily move to any other service provider.
- The Authority and the Government are actively working towards introduction of Mobile Number Portability as a result of which the concern of subscriber losing the number will be taken care of.

- The subscribers are allowed seamless Migration across tariff plans without any cost.
- The concept of tariff forbearance which has been followed by the Authority assumes that the market is highly competitive and hence the micro management on pricing is not required and the market force should be allowed to decide the tariffs.
- In today's vibrant mobile market where prices are showing a negative trend it becomes competitively unviable for the operators to revise the tariffs frequently to the customer's disadvantage.
- Increase in minimum protection period from 6 months to 12 months would increase administrative cost for the operators.
- Even while the Indian economy grapples with the high level of inflation, mobile telecom is the only segment where tariffs have been continuously falling. The sector is facing the immense pressure of continuously absorbing the rising costs - inflation. While all the other services/ infrastructure sectors such as power, gas, water have witnessed a rise in tariffs, mobile telecom is the only services segment where tariffs have been and are still on the decline.
- The earlier time period of six months for raising any tariff component in a tariff plan from the date of enrolment of a subscriber, itself is a stringent requirement, enhancing it to 12 months will not be justifiable.
- The minimum validity period of 6 months specified for tariff plans by the provisions of 31st Amendment may be retained or done away with.

AUSPI/Tata

- The provisions of 31st amendment are impractical as per today's market conditions. Today, new technologies are being introduced everyday and competitors are introducing new tariffs accordingly. The Regulatory regime has seen tremendous revolution. Therefore, in such a dynamic and ever changing tariff environments it is very impractical to comply to this amendment.
- It becomes very tedious for the billing system to track the subscribers on 6 months basis. For example, for a subscriber subscribing to the tariff on 1st Jan means that he will get the benefits of the said tariff till 1st July however for another subscribers subscribing to the same tariff on 30th June needs to get the same benefits till 30th Dec. Therefore, even if the Regulatory regime has changed and it is a loss making tariff, the Service provider needs to offer it to that segment of customers.

- As amply evident from the past, TRAI has modified/amended the IUC regime on the basis of the changes in Indian Telecom industry and international practices. Any such modifications directly affect the tariffs being offered by the operators. This may impact as an increase in subscriber tariffs. Therefore, this increase in tariffs should not tantamount to any violation of TTO amendment since it is not the operator who is responsible for this increase but the changes in regulatory regime have forced this increase in tariffs.
- The Authority may be aware of the high inflationary conditions which is prevailing and likely to prevail in the country. Telecom tariffs are the only exception where rates have been falling. Inputs costs are increasing and as you may be aware, tariffs are offered to the customers on the basis of the existing costs and cost budget for a short period of time.
- The present time period of 6 months itself is a very long time to guarantee a subscriber against price escalation. It will be proper in view of the prevalent price escalation to have no guarantee to the subscriber against price escalation.
- It would be highly unfair to freeze price escalation under the prevailing inflationary conditions in the country.
- The reasons for this proposal of increasing the guarantee period at this not known to us.
- Further, categorizing subscribers on the basis of time of enrolment is discriminatory as it would provide separate tariffs for similarly placed subscribers. The TTO (31st Amendment) provisions imply that subscribers who are on tariff plan for a longer duration would cross-subsidize subscribers who have been recently acquired in last six months on that same tariff plan. The proposed amendment would extend the protection to one year from the present one year and that would require cross subsidization for a longer period of time.
- Price escalation for utilities like gas, water, and electricity when carried out is applicable for all consumers and not restricted to a small group of consumers, recently provided these services. Offering services at lower rate to one set of consumers is discriminatory in terms of Article 14 of the constitution and provisions laid down in the Section 2 k of the TTO'99.

- TTO (43rd Amendment) which specifies life time protection against any increase in price even when input costs go up is highly unfair towards service providers. There is no other sector where regulation specifies that the long term contract should be immune from any price escalation.
- To increase the period to 12 months to provide as a minimum protection period to the consumer is unexplainable in a regulated segment of tariff and unfair for service providers.
- The minimum protection period as per the provisions of 31st amendment be done away.
- The proposal in this short consultation to increase the minimum protection period need not to be implemented. Even similar provision laid down in TTO (43rd Amendment) may be reviewed

Bharti

Considering the intense competitive scenario in the mobile sector, the enhancement of the minimum protection period of even 6 months is not required, due to the following grounds:-

- The overall economic scenario needs to be considered. If a protection period is to be given to a subscriber, Entry cost for the customers has virtually become zero and hence subscriber can easily move to any other service provider.
- The subscribers are allowed seamless Migration across tariff plans without any cost.
- The concept of tariff forbearance which has been followed by the Authority assumes that the market is highly competitive.
- Even while the Indian economy grapples with the high level of inflation, mobile telecom is the only segment where tariffs have been continuously falling. The sector is facing the immense pressure of continuously absorbing the rising costs - inflation. While all the other services/ infrastructure sectors such as power, gas, water have witnessed a rise in tariffs, mobile telecom is the only services segment where tariffs have been and are still on the decline.

- Moreover, it substantial increase the associated cost. As the different subscriber join the network at different point of time, any increase in minimum protection period increase the network cost as looking at the growth being witnessed by operators, the operator has to incur huge cost to keep such record.
- The earlier time period of six months for raising any tariff component in a tariff plan from the date of enrolment of a subscriber, itself is a stringent requirement, enhancing it to 12 months will not be justifiable.

Vodafone

- Especially in a period like present where inflation has increased, then the subscribers will have to bear a cost of such protection.
- No other industry gives such protection. Also in a free market having fierce competition such protection will be a deterrent for subscriber friendly tariffs.
- The Authority must take a stand of principle as to whether it wants to micromanage tariffs in an environment of hyper competition, or leave operators to the mercy of consumer punishment.
- We see a contradiction in policy stance if both conditions of hyper competition in market structure, as well as micromanagement of tariff conditionalities, were to coexist. A taboo against misleading communication is a sine qua non of competitive markets, but it should not be confused with imposed conditionalities, particularly in the newly envisaged environment of mobile number portability.
- The minimum protection period should be removed since it is neither in interest of the subscribers nor the industry. In case of lifetime plans also, the tariffs cannot remain at the same level through out the license period, since in the long run the inflationary principles may come into the play like in cases of all other industries.
- Salient regulatory changes are made in the tariff structures from time to time. However, these cannot be envisaged by the operators while the tariffs of various components are fixed in a tariff plan. In such scenario of regulatory changes the operators in normal course may rightly like to do some adjustments in other components. But, due to the limitation of tariff protection period, the operator is bound to not to change tariffs which results in the operator being forced to give tariffs which were at first place never offered by him. If any component in the complete tariff bouquet is

disturbed by the regulatory change then the minimum protection period condition should not apply.

Reliance

- When TTO'99 was notified, the Authority felt that the provisions like insulating a subscriber against tariff hike for six months would curb the practice of offering new regular tariffs/tariff plans and withdrawing or revising it suddenly. However, today's telecom market is different which is much more competitive and has nearly all distinguishable characteristics of a competitive market. These include, many operators, homogeneous Products, Low-Entry Barriers and high information.
- Since the market is almost perfectly competitive, it is not easily possible for an operator to frequently revise tariffs to the disadvantage of the consumer.
- The telecom prices are consistently registering a negative trend. Therefore, provisions laid down in TTO (31st Amendment) and TTO (43rd Amendment) are not needed to protect the interest of subscribers.
- Though the price escalation is not happening but even if it is carried out over a period of time, it should be seen as a normal phenomenon.
- Telecom is only exception in the present inflationary times which is not registering any price increase. Notwithstanding the present trend, the telecom services should not be singled out requiring specific provision to insulate subscribers against any price hike under provisions of TTO (31st Amendment) and TTO (43rd Amendment).
- Limiting service providers to hike price even when input costs or regulatory costs increased may not be correct.
- Tariffs are offered to the customers on the basis of existing costs and costs projected over a shorter period of time. A time period of six months to one year is a very long time to insulate a subscriber against the price escalation.
- Such statutory protection are unprecedented nationally and internationally and not available in any other sector.
- Whenever prices of utilities like gas, water, and electricity are increased, it is effective for all consumers irrespective when the subscriber has started using that facility. Similarly in case of increase in tariff for railways, the rates are effective from one fixed date. The statutory protection against price hike for telecom users is an only exception to this practice. We have noted that price revisions in other sectors are as common or more common than the telecom sector.

- The provision to categorise subscribers on the basis of time of enrolment is discrimination amongst similarly placed subscribers. As per provisions laid down in above mentioned TTOs, in case of a tariff hike, one set of subscribers will pay a higher cost compared to another set of similarly placed subscribers. In effect the provision means that subscribers who are on tariff plan for a longer duration would cross-subsidise subscribers who have been recently acquired in last six months on that same tariff plan.
- In competitive markets, micro-regulations should be avoided as far as possible. When inflation is at a highest level in last decade, the proposed amendment to increase the protection period from 6 months to one year would be highly unfair towards service providers..

BSNL

- The existing protection period of 6 months available to an access service consumer from hike in any segment of the tariff is sufficient to protect the interest of consumer.
- Since the initial cost has reduced substantially, there is always a threat of churn of subscriber from one operator to other due to increase in tariff. In the present competitive scenario, with decreasing trend in tariff, no access provider may like to increase any tariff components without giving benefit in other tariff items i.e. tariff balancing. As such market forces will take care of the tariff after initial period of 6 months.

BPL Mobile

- TRAI has not given any detailed justification in the consultation paper for making these changes in TTO 99.
- Even though the tariffs are "foreborne" for access services, and the market is highly competitive, the TRAI is resorting to micro management of tariff plans.
- If the operators can reduce the tariff even within one month of the introduction of a tariff plan, why should there be a restriction that it can not be increased for a period of one year.
- With the inflation rate of more than 10%, the operating costs of service providers are rapidly increasing overtime. It may, therefore, not be possible to insulate the telecom subscribers from tariff increase for a period of one year.
- From the various regulations being issued by the Authority with the sole objective of safe guarding the consumer's

interest, the Authority seems to have lost sight of its mandate under the TRAI Act to protect the interests of service providers also along with the consumers of the telecom sector.

- When the Authority has no control over the inflation and rising operating costs, the Authority should not do micromanagement of telecom tariffs.

MTNL

- Practically this is not possible to increase tariff in any segment because the subscribers in a regular tariff plans are being enrolled on a continuous basis by way of either new acquisition of the subscriber or migration of existing customers into the tariff plan.

Proposal 2

In cases of straight tariff reductions, where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers.

COAI

- We support the view of the Authority that there should not be any pre-condition of explicit positive action or consent on part of the subscribers.

Bharti

- We agree with the Authority's view in this regard.

Vodafone

- In our view this provision will not allow the operators to provide maximum possible reduction in tariffs to subscribers who are price sensitive and /or who are high end users. With the proposed mandate to provide any tariff reduction to all users, the operators may be forced to offer price higher than the one that would have been otherwise offered if this condition is not made applicable. This should meet the criteria of transparency and non-discrimination.

Tata Teleservices

- We agree with the Authority that there should not be any pre-condition of explicit positive action by the subscribers in the case of straight tariff reductions

BSNL

- Where there is no increase in any component of the existing tariff plan the existing customers will automatically enjoy the tariff reduction.

BPL

- We do not think any operator is insisting upon the pre condition of explicit positive action on the part of subscribers in cases of straight tariff reduction across the board. We have no objection to this provision.

Idea

- The imposition of such a limitation will severely limit the operator's ability to offer the best tariffs to medium and heavy users of various services and also upset the commercial construct of many tariff interventions that may be premised on a gradual and non-comprehensive subscriber built-up for the new tariff. Moreover the ability to implement myriad schemes across the base is determined by the billing systems in use. We are in favour of transparent and most attractive pricing for relevant segments where consumers are free to opt-in without any cost either through SMS / other toll-free methods.

Proposal 3

In cases where a subscriber of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to a new lifetime validity or unlimited validity plan, with lower entry fee, the service provider shall not levy any upfront payment or recurring charges or fee for allowing such migration.

COAI

398

- As per TRAI regulations there is no migration fee or one time fee levied on the subscriber migrating from one tariff plan to other. However, while migrating from a tariff plan to other, the entire terms & conditions of the package/plan/product has to be viewed in totality and a component of a tariff plan should not be viewed in isolation.
- We would like to submit that most of the new tariff plans launched by the service providers are with additional / new benefits / options / lower rates, which are generally not there in earlier plans and hence it is not the entry fees which is the only deciding factor for the subscriber to opt for other lifetime validity plan or unlimited validity plan.
- In light of the above it would not be justified to mandate service providers for not charging any upfront payment for allowing such migration from existing lifetime validity plan or unlimited validity plan to new lifetime validity or unlimited validity plan which might have more attractive features.

Bharti Airtel

- We agree with the Authority's view in this regard.

Vodafone

- We agree that the operators cannot charge a migration fee. The migration fee will mean a fee in addition to the upfront charges required to be paid under the new lifetime validity plan even by a new subscriber.
- In case of existing lifetime subscriber who wishes to migrate to a new lifetime plan, the operators can charge same charges, including upfront charges, as are payable by a new subscriber.
- Alternatively, the subscriber who wants to migrate can be offered a charge of an amount lesser than the upfront charge (in form of one time fee or recurring fee) in lieu of the upfront charge.

BPL

- A tariff plan has to be viewed in totality and a component of a tariff plan should not be viewed in isolation. New tariff plans are designed by the operators based on usage pattern and interest of different segments of subscribers. When tariffs for certain components of a tariff plan are reduced, it may be necessary to raise charges for some of the other components with a view balancing the overall ARPU realised from the subscribers opting for the new plan. Since the choice is available to the customers to migrate to a new plan or not, the Authority should not prescribe such conditions and deprive the operators the flexibility to design a new tariff plan.

BSNL

- Levy of upfront charges on migration of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to new lifetime validity or unlimited validity plan may be left optional to the service providers to be decided by market forces. However, the recurring charges are linked to the call rates/SMS rates of the new plan which are payable as per usage.

Tata

- It would not be justified to mandate service providers for not charging any upfront payment for allowing such migration from existing lifetime validity plan or unlimited validity plan to new lifetime validity or unlimited validity plan which might have more attractive features.
- A tariff plan has to be viewed in totality and a component of a tariff plan cannot be viewed in isolation. We would like to submit that most of the new tariff plans launched by the service providers are with additional / new benefits / options / lower rates, which are generally not there in earlier plans and hence it is not the entry fees which is the only deciding factor for the subscriber to opt for other lifetime validity plan or unlimited validity plan.

MTNL

- In case of migration of a subscriber of an existing Life Time Validity Plan or unlimited Validity plan to a new lifetime validity or unlimited Validity Plan with lower entry fee, it is not technically

feasible to allow the migration of Jeevan Saathr post-paid plan to prepaid or vice-versa directly. Normally, on migration of a subscriber from post-paid plan to prepaid or vice-versa, it is migrated to default plan which is usually not a life time validity plan or unlimited validity plan. The subscriber is then allowed to migrate from the default plan to the new lifetime validity plan or unlimited validity plan after paying the requisite one time rent/entry fee.

Proposal 4

No fixed fee other than applicable taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talk time value. However, the service providers can charge a nominal fee not exceeding Rs.2 per top up towards administrative costs.

COAI

- The service providers generally balance the administrative / processing fees while preparing tariff across talktime & validity recharges.
- The major administrative costs related to recharge vouchers are as follows:
 - Distribution Cost
 - IN maintenance cost
 - Distributor and retailer commission
 - Printing of recharge vouchers
 - Advertisement/Publicity cost for recharge vouchers
- Hence the prescribed ceiling will not be sufficient to recover all costs related to recharge vouchers especially if recharge is for higher value where the distributor/retailer commission is much higher

AUSPI

- Nominal fee of Rs 2 will not be sufficient to recover costs. There are number of costs attached to the top-up recharge vouchers like commission for distributors and retailers, the distribution cost, the printing cost for the vouchers, publicity and advertising cost and other network and IN platform costs for recharging and cost of maintenance of data base for recharge voucher which are

exclusively meant for talk time. The prescribed ceiling is too low to recover all these costs. Administrative cost charges should also remain under forbearance

Bharti

- Processing fee on Talktime Recharge Vouchers should be rationalized and capped upto an amount of 10% of the MRP to cover administrative costs, channel commissions, printing and distribution costs, etc. The Authority's concern is to protect the marginal and low-end users who do small denomination recharges and pay a high amount as processing fee. Therefore to go with a lowest common denominator of Rs 2/- for all recharge vouchers from Rs 10/- to Rs 1000/- or higher would not hold good.
- It is recommended that this be capped on a percentage of the MRP at 10% and not on the basis of a rupee value i.e. capped at Rs 2/- for all denominations

Vodafone

- Nominal fixed fee of up to Rs. 2 (excluding) applicable taxes may not be sufficient to cover the administrative costs including some distribution costs in all denominations. In a talk time value voucher, the talk time rate, denomination and the fixed fee are the three main drivers besides the government taxes. Limiting a component in this manner will impact the total construct.
- If such a change is proposed then the operators must be exempted from any requirement of minimum protection period.

BPL Mobile

- We do not know the basis on which TRAI has worked out the administrative cost for top up recharge voucher as maximum of Rs. 2/- only. The administrative cost involved in printing and distribution of recharge voucher and the commission etc. payable to the point of sale/distributor is definitely more than Rs. 2/-. Hence the suggested ceiling would not be adequate to recover all the costs involved in recharge vouchers.
- From the various regulations being issued by the Authority with the sole objective of safe guarding the consumer's interest, the Authority seems to have lost sight of its mandate under the TRAI Act to protect the interests of

service providers also alongwith the consumers of the telecom sector. When the Authority has no control over the inflation and rising operating costs, the Authority should not do micromanagement of telecom tariffs.

MTNL

- The proposed fee of Rs.2 per top up is very less because the recharge coupons are by and large being sold through franchisees/distributors & retailers to whom service charges are being paid for the service rendered. In this case, Rs.2 per top up is very less. Therefore, it is proposed that the fees towards administration cost may be increased to 10% of the value of the recharge coupon (with minimum amount of Rs.10 per top-up).

Tata

- The proposed amendment of a nominal fee of Rs 2/top up as administrative cost will not be sufficient to recover the costs. There are number of costs attached to the top-up recharge vouchers like commission for distributors and retailers, the distribution cost, the printing cost for the vouchers, publicity and advertising cost and other network and IN platform costs for recharging. The prescribed ceiling is too low to recover all these costs.
- There should not be any ceiling charges on the administrative fee for top-up vouchers exclusively for talk time. The tariffs are under forbearance and should continue to be like that. And the administrative cost charges should also remain under forbearance.

Idea

- Amendment of prescribing a ceiling as low as Rs 2 would result in the service provider not being able to recover the genuine operating expenditure associated with the consumer / top-up recharge.
- The primary administrative costs related to recharge vouchers are:
 - Distribution Cost
 - IN maintenance cost
 - Distributor and retailer commission
 - Printing of recharge vouchers
 - Advertisement/Publicity cost for recharge vouchers
 - New Recharge Development costs

The proposed ceiling of Rs 2 per top-up in our opinion is insufficient to cover the fixed component of the costs associated with the recharge vouchers.

- Moreover, the Distributor and retailer commissions are offered as a percentage of the recharge denomination and hence vary from denomination to denomination in absolute money / cost terms.
- The cost component as a percentage of the denomination works out higher at the lower denomination levels and lower at the higher denomination levels.
- Processing fees matrix of 5 to 35% of the Denominations may be considered as a ceiling for all talk-time top-ups:

Proposal 5

If the terms and conditions of a lifetime plan/plan with unlimited validity include any condition of minimum amount of recharge at specified intervals, such interval shall be minimum six months. Before expiry of the specified duration for the recharge, in these plans, if any, consumers are to be reminded by the service providers in advance to avoid disconnection by default

COAI

- There is no need to mandate the same by TRAI as the recharge conditions specified in the life time plans is an integral part of the tariff offer.
- The advance intimation to the subscriber about the expiry of the specified duration of recharge should not be a compulsion and should be viewed as a customer friendly gesture on part of the service provider to the subscriber.
- Moreover, as far as the minimum interval of 6 months is concerned all tariff plans should be treated on an equal footing and no distinction is required in this regard.
- There are number of subscribers who prefer a smaller recharge at shorter intervals. Therefore it should be left for the market to decide the conditions of recharge on life time plans and hence not mandate the same.
- If at all the amendments to the regulation comes into effect it should be carried out prospectively.

Bharti Airtel

- Lifetime plans and likewise any other long validity plans have unique conditions which vary from service provider to service provider. All service providers through the existing regulations adequately communicate the terms and conditions to the customers before enrolment. Thus, there should not be any mandate from the Authority on the manner in which the same are communicated to its customers.

Vodafone

- There should not be any restriction on prescribed period of minimum amount of recharge at specified intervals as this will take out the flexibility from the operators to offer a plan with the reduced minimum amount of recharge and corresponding reduced applicable recharge period thereof. Also at any given point of time these conditions are fixed in consideration of the socio-economic conditions and the perceived preferences/ recharge trends applicable.
- In any case, if such modification is done in the TFO, then it should only apply to new lifetime subscribers acquired after such modification.

BPL

- As the tariff is "forborne", TRAI should not prescribe such a condition that under life time plan there shall be minimum interval of six months between the two compulsory recharges.
- The operator should have the flexibility to decide the various components of a tariff plan so long as the overall per minute charge is not excessive. In the highly competitive market existing in India, the customers have enormous choice of operators as well as the tariff plans.
- The operator should have full flexibility and such conditions should not be prescribed by the Authority which will tantamount to micro management of tariffs.
- From the various regulations being issued by the Authority with the sole objective of safe guarding the consumer's interest, the Authority seems to have lost sight of its mandate under the TRAI Act to protect the interests of service providers also alongwith the consumers of the telecom sector.

- When the Authority has no control over the inflation and rising operating costs, the Authority should not do micromanagement of telecom tariffs.

BSNL

- Yes.

Tata

- The proposal is not in the consumer interest as large number of subscribers prefer low value recharges also at regular intervals to a higher value recharge at longer interval.
- There are various life time plans available in the market with varying recharge conditions ranging from every two months to six months. A subscriber makes a choice depending on consideration of affordability of shorter duration recharge or convenience of longer duration recharge. There are number of subscribers who prefer a smaller recharge at shorter intervals. Therefore it should be left for the market to decide the conditions of recharge on life time plans and hence not mandate the same

Idea

- Recommend keeping open the option to impose a minimum recharge interval depending upon the prevalent market and servicing conditions for the following reasons:
 - The minimum recharge condition is built in to improve number management as operators are issued limited inventory of MSISDN's and it becomes extremely critical to recycle non-users numbers to make space for new subscribers to come in.
 - Also with rural distribution on the rise, the market stock to sales ratio has increased due to the servicing challenges involved in distributing SIM cards in the remote rural areas.
 - Further, It is also pertinent to note that cost of Lifetime validity has already been reduced to Rs. 295 across most of circles, which is barely sufficient to cover distribution and one time cost.
 - The amendments to the TFO finalized should be carried out prospectively for all new subscribers only, as any change in the terms of existing subscribers could negatively impact the very basis of the plans they are presently on.

Comments received from the consumer organisations on the proposals contained in the draft TTO

Proposal 1: The minimum protection period available to an access service consumer from hike in any segment of the tariff is proposed to be increased to 12 months from his/her date of enrolment into a tariff plan as against the current regime which provides for 6 months protection. However, lifetime subscribers and subscribers in longer periods of validity will continue to be protected for the lifetime and with respect to the longer periods of validity subscribed to by the consumers.

CELLULAR-PHONE USERS ASSOCIATION OF INDIA

- The minimum period of tariff protection should be increased to 12 months
- Further that if the operator(s) propose to alter any condition of the tariff package they can do so only after 12 months and under intimation to the subscriber.

CELLUAR USERS ASSOICATION OF INDIA (CUAI)

- The minimum period of tariff protection may be increased to 12 months
- However, the subscriber should have the flexibility to move to a new tariff option as per his/her choice / discretion during this period.
- Prepaid subscribers must be issued / sent a letter towards the following within few days of activation of services. A letter of introduction detailing the tariff plan chosen and the obligations / procedure for customer care etc. This one time communication will also ensure the verification of address of the subscriber (if sent thru' speed/registered post - AD)

KERALA CONSUMER SERVICE SOCIETY

- Extremely happy to note that TRAI mulls raising "minimum protection period" in order to protect telecom consumers & ensure transparency. It is high time that the present period of only six months available against hikes, is increased to atleast 1 year from the date of enrollment, into a tariff plan. Same time, lifetime subscribers & those in longer periods of validity should

be allowed to continue. The modification can be made as amendments to telecom tariff order.

BEHARAT JYOTI CONSUMER ADVOCACY GROUP, LUCKNOW

- We all agree with the modification suggested by the Authority

Proposal 2: In cases of straight tariff reductions, where the declared intention of the operator is to extend the benefit to all subscribers without any attached liabilities, there shall not be any pre-condition of explicit positive action on the part of subscribers.

CELLULAR PHONE USERS ASSOCIATION OF INDIA

- There is a pressing need for introduction of this clause. There are several instance wherein the declared intent of the operator(s) is straight reduction of tariff, however, the essential requirement for availing such a tariff reduction is sending an SMS or calling an IVR system or calling call center etc.; such a positive action is not possible for all subscribers and consequentially the benefits of such a reduction of tariffs cannot reach all subscribers. The most recent example of the same is reduction in NLD/STD tariffs by almost all operators, wherein some of the leading operators made the tariff reduction limited to subscribers sending an SMS to a predefined number. The introduction of tariff reduction should be in a "non-discriminatory" manner.

CUAI

- This is emergently required, as all the subscribers may not be aware of the revised tariffs or reductions. The mass media campaigns or SMS based campaigns of service provided may not be able to reach all subscribers or all subscribers may not be in a position to take an explicit positive action like sending an sms to a predefined number or calling customer care.
- Application of such revised (lower tariff) should be spontaneous for all subscribers (wherever beneficial) in a non discriminatory manner.

KERALA CONSUMER SERVICE SOCIETY

- Feel that all service providers will follow the decisions announced by M/s. Vodafone & M/s. Idea in reducing long distance charges on request through an SMS, without any attached liabilities.

BHARAT JYOTI CONSUMER ADVOCACY GROUP, LUCKNOW

- The benefit of any straight tariff reduction should be extended to all subscribers in all the existing tariff plans of the service provider, without any attached liabilities. The Tariff Plans need to be absolutely clear and transparent, and easily understandable to a common Telecom Consumer.

Proposal 3: In cases where a subscriber of an existing lifetime validity plan or unlimited validity plan opts for migration to a new lifetime validity or unlimited validity plan, with lower entry fee, the service provider shall not levy any upfront payment or recurring charges or fee for allowing such migration.

CELLULAR PHONE USERS ASSOCIATION OF INDIA

- This should be done by the operators in a non-discriminatory manner.
- The benefit of revised scheme (like tariff reduction) should be automatically extended and subscriber moved to new tariff plan.
- The lifetime validity offers have been evolving as per the dynamics of targets and marketing oriented tariff plans of various operators, the one time tariff of about Rs.1000 has been revised to about Rs.295 with a host of tariff changes and special package cards for these subscribers.
- However, with any new change in the tariff, the older subscribers are left to look out for options (read another recharge) to shift to the modified tariff.
- It is absolutely important for the service providers to migrate such subscribers to newer tariff plan in the similar category without any additional upfront charges.

CUAI

- This should be done by the operators in a non-discriminatory manner.
- The benefit of revised scheme (like tariff reduction) should be automatically extended and subscriber moved to new tariff plan.

KERALA CONSUMER SERVICE SOCIETY

- It has to be ensured that service providers should not levy any upfront payment or receiving charges on existing validity lifetime subscribers during migration to new validity plans with lower entry fee.

BHARAT JYOTI CONSUMER ADVOCACY GROUP, LUCKNOW

- We have the same opinion as the Authority.

Proposal 4: No fixed fee other than applicable taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talk time value. However, the service providers can charge a nominal fee not exceeding Rs.2 per top up towards administrative costs.

CELLULAR PHONE USERS ASSOCIATION OF INDIA

- Yes, all the top up recharges should deliver full talk value (after applicable taxes).
- All operators practically have one or the other recharge option available at given time, which provides for full talk value (however, the same has to be meticulously looked for in a plethora of recharge options).
- This move will ease the customer of searching out for the offer of the day / ongoing scheme from various channels.
- Considering, large no. of prepaid subscribers and the fact that prepaid segment delivers advance revenues for operators; this should be a welcome move. A number of recharge options available from each service provider makes prepaid recharge a bag of confusion for the subscribers, this couple with fact that the types of recharge denominations and lack of information amongst the prepaid recharge distributors make the task of choosing a correct recharge option an uphill task for an ordinary subscribers.
- On top of it, there are recharge options which are time bound, event specific and there are instances where the recharge options are specific to certain select subscribers i.e., the option of recharge offer is not been made in a "non-discriminatory" manner, this is against the general principles of tariff fixation prescribed by TRAI.

- In order to streamline the choice available before a subscriber, the operators should be directed to offer full talktime on prepaid recharges and token administrative fees for "top-up" recharges.
- The recharges with validity are generally structured by the operators to yield minimum assured revenue.
- Majority of the revenue accruals from the prepaid recharges for operators is achieved through "electronic" recharges. The large operators are generating revenues to the tune of 40-50 crores per day from electronic recharges alone.
- A token administrative fee of Rs.2 per transaction is reasonable and justified to maintain and cover the expense of the transaction.
- The operators save revenue to the tune of 5-6% in prepaid compared to the postpaid segment on account of billing and bad debts.
- Additionally, the operators generate additional revenues in prepaid segment from non-refund of unspent balance in prepaid accounts.

The advance revenue generated in the prepaid segment is generating advance revenues and advance recovery of capital and profits for the operators, at the present interest rates, this amounts to 10-11% additional accrual of revenues on a yearly basis.

CUAI

- Yes, all the top up recharges should deliver full talk value (after applicable taxes).
- All operators practically have one or the other recharge option available at given time, which provides for full talk value (however, the same has to be meticulously looked for in a plethora of recharge options).
- This move will ease the customer of searching out for the offer of the day / ongoing scheme from various channels. Considering, large no. of prepaid subscribers and the fact that prepaid segment delivers advance revenues for operators; this should be a welcome move.

KERALA CONSUMER SERVICE SOCIETY

- No fixed fee other than permitted taxes shall be levied on recharges exclusively meant for provision of talktime value. Even Top-up charges should not be collected.

BHARAT JYOTI CONSUMER ADVOCACY GROUP, LUCKNOW

- No fixed fee other than applicable taxes (needs clarity), should be levied on recharges, exclusively meant for provision of talk time value. Yes, the service provider may charge a nominal fee, not exceeding Rs.2/- on each Top-Up, as the administrative cost..

Proposal 5: If the terms and conditions of a lifetime plan/plan with unlimited validity include any condition of minimum amount of recharge at specified intervals, such interval shall be minimum six months. Before expiry of the specified duration for the recharge, in these plans, if any, consumers are to be reminded by the service providers in advance to avoid disconnection by default.

CELLULAR PHONE USERS ASSOCIATION OF INDIA

- Yes, this must be made mandatory in public interest.
- Any kind of disconnection or deletion of connection from switch should not be an uninformed activity. An automated reminder in the form of a SMS should be mandatory. This is more important for undeserved and marginal subscribers.

CUAI

- Yes, this must be made mandatory in public interest.

KERALA CONSUMER SERVICE SOCIETY

- Steps may be included to prevent disconnection by default. Steps may be initiated by TRAI to modify the present telecom tariff order to suit the above requirements.

BHARAT JYOTI CONSUMER ADVOCACY GROUP, LUCKNOW

- We have the same opinion as the Authority.

CONSUMER-VOICE.INFO AND CONSUMER UNITY & TRUST SOCIETY (CUTS) have generally welcomed the proposals of TRAI